

Usages et pratiques des publics dans les pays du Sud : Des médias classiques aux TIC

Actes du colloque international Agadir (Maroc), 2012

L'évolution de nos sociétés ces dernières décennies a engendré des bouleversements radicaux tant sur le plan social, économique que politique. En effet, le rôle joué par les technologies de l'information et de la communication et notamment les réseaux sociaux dans les changements récents, baptisés le « printemps arabe », semble donner raison aux fervents défenseurs de l'émergence de nouveaux usages dans cette région du monde. Ces « nouvelles » techniques sont omniprésentes au point de paraître comme instigateurs de ces changements sociaux. Ce point de vue cher aux technologues nous pousse à de multiples interrogations concernant le rôle supposé déterminant des réseaux sociaux, de la téléphonie mobile et autres techniques nouvelles dans la transformation de l'ordre social et politique. Mais qu'en est-il réellement lorsqu'on met ces affirmations à l'épreuve du terrain ?

Les contributions de ce colloque fournissent des éléments de réponse aux interrogations posées par l'actualité sociopolitique que traversent les pays du Sud et réinterrogent concepts et théories à la lumière des réalités de ces régions du monde. Ces Actes sont donc une occasion pour les chercheurs en Sciences sociales d'apporter leur pierre à l'édifice pour la compréhension des diverses transformations de nos sociétés.

Abderrahmane Amsidder est enseignant chercheur à l'université Ibn Zohr d'Agadir et directeur de LARLANCO.

Fathallah Daghami est enseignant chercheur à l'Université de Poitiers et membre de Migrinter (CNRS-UMR 7301).

Farid Toumi est enseignant chercheur à l'université Ibn Zohr d'Agadir et membre de LARLANCO.

Illustration de couverture : **Najat Smaïli**, SBC Angoulême, Université de Poitiers, 2012



Dépôt légal : 2012 MO 0990
ISBN : 978-99 54-9108-4-9

Usages et pratiques des publics dans les pays du sud Des médias classiques aux TIC

Sous la direction de

Abderrahmane Amsidder

Fathallah Daghami

Farid Toumi

Usages et pratiques des publics dans les pays du sud :
Des médias classiques aux TIC



Actes du colloque international pluridisciplinaire Agadir 2012

**"Les Actes du colloque d'Agadir 2012
sont publiés dans le cadre de l'action intégrée PHC
VOLUBILIS 2012
PROJET N° 26866ZD"**

Sommaire

Sommaire.....	3
Introduction	9
Conférences inaugurales.....	11
La puissance d'agir des citoyens dans un monde fortement connecté.....	12
Serge Proulx	12
Université du Québec à Montréal (Canada). Télécom ParisTech (France).....	12
Communication et changement social en Afrique.....	27
Alain Kiyindou	27
Mica, EA 4426, Université Michel de Montaigne, Bordeaux 3.....	27
AXE 1 :.....	37
TIC et potentialité d'ouverture, de désenclavement et de valorisation des territoires de toutes sortes.....	37
Internet et la communication interculturelle des pays du Sud.....	38
Sylvie P. Alemanno	38
Zineb Charai	38
Laboratoire de recherche I3M / Université de Nice Sophia Antipolis	38
Le citoyen est partout mais reste introuvable.....	45
Julien Angelini	45
UMR CNRS LISA 6240 Université de Corse	45
Laboratoire MICA EA 4426 Université de Bordeaux 3.....	45
L'usage des TIC en période de mutation politique.....	53
Le rôle du web participatif dans les soulèvements populaires en Tunisie, enjeux et limites....	53
Fatma Ben Saad-Dusseaut	53
Université Michel de Montaigne Bordeaux 3.....	53
Lecture communicationnelle de l'usage des médias traditionnels et des médias modernes : une application sur le développement durable comme un territoire socio-économique de l'organisation au Maroc.....	60
Jamaa Faouzi	60
Ecole Nationale de Commerce et de Gestion, Agadir -Maroc	60
Immigration marocaine au Québec, impacts du déploiement de services en ligne dans le cadre de l'immigration permanente, de 2003 à nos jours.	67
Sophie-Hélène Goulet	67
Université de Lorraine	67
Al-Jazira, la trace indélébile des révolutions.....	73
Une acculturation ou une reculturation?.....	73
Atef Khayat	73

LIMSIC Université de Bourgogne. Université Jean Monnet	73
Technologies de l'information et de la communication et démocratie en Afrique	80
Alain Kiyindou	80
Mica, EA 4426, Université Michel de Montaigne, Bordeaux 3	80
La révolte populaire en Tunisie et la difficile conquête d'un espace public arabe	87
Université du Québec à Montréal (UQAM)	87
Université du Québec à Montréal (UQAM)	87
Révolution, politique et TIC : quel rapport ?	95
Moncef Mehrezi	95
Université Blaise Pascal, Clermont-Ferrand	95
La promesse des TIC à Madagascar	102
L'exemple des bas quartiers d'Antananarivo	102
Hanitra Randrianasolo	102
Université Paris Sud, CEI/Orsay	102
Jean-Michel Ledjou	102
Université Paris Sud, CEI/Orsay	102
Réseaux télématiques pour la mémoire des sociétés en transformation	113
Carmen Rodríguez-Wangüemert	113
José Manuel Pestano Rodríguez	113
José A. Mingolarra Ibarzábal	113
Université La Laguna (Tenerife) et Université Pays Vasque (UPV)	113
Réception des médias satellitaires par un public spécifique : les adhérents de <i>l'Amicale des Algériens de Nancy et environs</i>	119
Linda Saadaoui	119
Centre de Recherche et d'Etudes sur les Médiations (EA-3476)	119
<i>Conclusion</i>	125
TIC et nouvelles formes de militantisme en Tunisie	127
Zeineb Touati	127
Département Information Communication – IUT du Havre	127
UMR IDEES/CIRTAI - Université du Havre.....	127
De la radio rurale au centre multimédia communautaire : Cas de Niéna au Mali	135
Cheick Oumar TRAORÉ	135
Laboratoire Trans-Com- Département de communication Université de Montréal.....	135
Tic, nouveaux médias et processus de patrimonialisation	141
Marie-Michèle Venturini	141
UMR-CNRS 6240 LISA Université de Corse Pascal Paoli	141
AXE 2 :	148
Médias, médiation, espace public et coopération Nord-Sud	148
De l'analogie au numérique : usages, usabilités des TIC et reconfiguration de l'espace public au Sénégal	149

Hadj Bangali CISSE	149
Université Jean Moulin Lyon 3/Université Paul Verlaine/Metz	149
Mondialisation et culture numérique : le « paradoxe » des nouveaux dispositifs de communication	156
Zouha Dahmen-Jarrin	156
GRESEC, Université Grenoble III	156
Street-Tahrir : scripts citoyens et miroirs numériques	164
François Huguet	164
Telecom ParisTech - CoDesign Lab & Media Studies.....	164
Etude des formes dérivées et de leurs valeurs sémantiques à travers un corpus d'arabe moderne de presse : de nouveaux usages de communication ?	172
Marie Baize-Robache	172
Ecoles Militaires de Saint-Cyr Coëtquidan, Université Rennes II	172
TIC en Tunisie. De nouvelles pratiques électroniques dans la « société de l'information » ?	179
Sami Zlitni	179
Dép. Information-Communication – IUT du Havre	179
UMR IDEES/CIRTAI – Université du Havre	179
Fabien Liénard	179
Dép. Information-Communication – IUT du Havre	179
DySoLa – Université de Rouen	179
AXE 3 :	188
Constructions identitaires, usages médiatiques des minorités ethniques, culturelles, linguistiques, religieuses et régionales	188
Université du Québec à Montréal	189
La ridiculisation numérique des autorités politiques : le cas du printemps arabe.	198
Mahdi Amri	198
Institut Universitaire de Technologie d'Angoulême. Université de Poitiers.....	198
Dana Abi Karam	198
Université de Bordeaux 3	198
Algérie Tamazight TV4 et Maroc Tamazight TV 8: De la revendication identitaire à la visibilité médiatique des Berbères du Maroc et d'Algérie	205
Karima Aoudia	205
Mediamigraterra, CEMTI, Paris 8 – Vincennes - Saint-Denis.....	205
Les forums de discussion et les enjeux de la rencontre identitaire	212
Mustapha Belabdi	212
Université du Québec à Montréal	212
La confrérie mouride du Sénégal et de la diaspora : pour une approche médiatique des pratiques religieuses	219
Cheikhouna Bèye	219
Université d'Avignon et de Pays de Vaucluse et Université du Québec à Montréal	219
Production de contenus locaux au Burkina Faso vs hégémonie culturelle	227

Évariste Dakouré	227
Groupe de recherche sur les enjeux de la communication. Université Stendhal Grenoble 3.....	227
Du consommateur au cyberconsommateur au Maroc : Quels impacts des TIC ?	234
Abderrazzak EL ABBADI	234
Ecole Nationale de Commerce et de Gestion. Université Ibn Tofail- Kénitra	234
El Ghalia BACHIRI	234
Ecole Nationale des Sciences Appliquées	234
Répartition par genre	236
Homme	236
49.6%	236
Femme	236
50,4	236
Total.....	236
100	236
Répartition par revenu mensuel.....	236
Répartition par occupation.....	236
Répartition par âge.....	236
Usage des TIC et construction identitaire des jeunes français issus de l’immigration : le cas des textes de rap.	241
Mohammed Fliti	241
Université du Havre- (UMR-IDEES 6266)	241
Le mariage via internet au sein de la société algérienne	248
Leila Hammoud	248
Université A.MIRA Bejaïa Algérie - Université Alger2	248
Construction médiatico-identitaire autour de l’élément culturel du « Ngondo » au Cameroun	254
Louis Roger Kemayou	254
Département de communication, Université de Douala	254
Joseph Pascal Mbaha	254
Département de géographie, Université de Douala	254
Des écrans à la rue : l’émergence de communautés sociolinguistiques virtuelles pendant la révolution tunisienne	260
Foued Laroussi	260
DySoLa – Université de Rouen	260
Fabien Lienard	260
DySoLa – Université de Rouen	260
UMR IDEES / CIRTAI – Université Le Havre.....	260
Itinéraires migratoires et usages médiatiques des réfugiés somaliens en France : entre adaptation et stratégies identitaires	268
Houssein Charmarkeh,	268

Université Sorbonne Nouvelle, Paris 3.....	268
Ndiaga Loum,	268
Université du Québec en Outaouais	268
Consommations médiatiques et usages des TIC, quel(s) changement(s) au plan des identités ?	276
Olivier Pulvar	276
CRPLC / CNRS-UMR 8053, Université Antilles-Guyane	276
Les réseaux sociaux et la parole des femmes tunisiennes entre espace de libération et exutoire virtuel	282
Zeineb Touati	282
Département Information Communication – IUT du Havre. UMR IDEES/CIRTAI - Université du Havre	282
AXE 4 :	288
Usages des publics et politique de l’offre des médias.	288
Les TIC entre servir et desservir les objectifs du module LC	289
Malika Abentak	289
Université Ibn Zohr	289
Quels usages des blogs dans la crise antillaise de 2009 ? Interroger le rôle des publics dans la production de l’information	296
Nathalie Almar	296
Université Antilles Guyane, Centre de Recherche sur les Pouvoirs Locaux dans la Caraïbe, (UMR 8053 du CNRS)	296
Mobilisation sociale et Web 2.0 : le cas du Maroc	302
Abderrahmane Amsidder	302
Issam Toumi	302
Farid Toumi	302
Université Ibn Zohr Agadir (LARLANCO).....	302
La libre antenne et ses auditeurs « professionnels » au Bénin	309
Henri Assogba	309
Université Laval (Canada).....	309
Les jeunes issus de l’immigration maghrébine et l’offre télévisuelle arabe par satellite : La déconnexion ?	316
Abdelfettah Benchenna	316
Université Paris 13.Labsic – MSH Paris Nord	316
Aljazeera ou l’information sans frontières dans le monde arabe	323
Mohamed Bendahan	323
DESTEC – FLSHR, Université Mohammed V – Agdal, Rabat.....	323
Reflets du printemps arabe : Quels sont les acteurs et quel usage des TIC et du Web 2.0 ? .	330
Younès Boughzala	330
IREGE – IAE Savoie Mont-Blanc – Université de Savoie	330
Inès Bouzid	330

M-Lab, Université Paris-Dauphine.....	330
Jean Moscarola	330
IREGE – IAE Savoie Mont-Blanc – Université de Savoie	330
La fabrique médiatique de la critique tunisienne entre innovation technologique et changement social.....	342
Mohamed Ali ELHAOU	342
UFR InfoCom à Lille 3, associé au LABSIC.	342
Convergence technologique, régulation et champ médiatique. Un portrait des enjeux récents en Afrique.....	349
Oumar Kane	349
Christian Agbobli	349
Département de communication sociale et publique. Université du Québec à Montréal (UQAM)	349
Internet et la transition dans Monde Arabe : les défis et les enjeux	358
Smail Kouttroub	358
Université Mohammed –V- Souissi- Rabat. Institut Universitaire de la Recherche Scientifique(IURS)	358
Les réseaux sociaux, facteurs d’avènement et de pérennisation de la démocratie au Maghreb et au Moyen-Orient.....	364
Makhoudia Diouf Nom	364
MoDyCo/CNRS- Université de Nanterre Paris Ouest La Défense	364
Représentations sociales et usages de l’Internet. Approche de l’appropriation des innovations	370
Aissa Merah	370
Université de Béjaia Algérie.....	370
Yamine Boudhane	370
Université de Setif Algérie	370
La notion de dispositif appliquée aux Tic et aux médias numériques	378
Françoise Paquienséguy	378
Université Paris8 – MSH Paris Nord.....	378
Pratiques médiatiques de la population marocaine vivant en France : Quelle identité pour quels usages des médias ?.....	384
Souâd Touhami	384
Ecole Nationale Supérieure d’Arts & Métiers (ENSAM). Université Moulay Ismaïl (UMI), Meknès, Maroc.....	384
Comités	391

Introduction

L'évolution de nos sociétés ces dernières décennies, dont le moteur principal est la technologie numérique, a engendré des grands bouleversements notamment dans les pays du Sud tant sur le plan social, économique que politique. En effet, le rôle joué par les technologies de l'information et de la communication, et notamment les réseaux sociaux dans les changements récents, baptisés souvent le « printemps arabe » initié en Tunisie fin 2010, semble donner raison aux fervents défenseurs de l'émergence de nouveaux usages dans cette région du monde. Ces « nouvelles » techniques de communication sont omniprésentes au point de paraître comme instigateurs de ces changements sociaux. Ce point de vue cher aux technologues nous pousse à de multiples interrogations concernant le rôle supposé puissant et déterminant des réseaux sociaux, de la téléphonie portable et autres techniques nouvelles dans la transformation de l'ordre social et politique. Mais qu'en est-il réellement de cette influence lorsqu'on met ces affirmations à l'épreuve et à la réalité du terrain ?

Ces questionnements mettent également l'accent sur les réalités sociales des usages de ces technologies. Ces dernières ont-elles forcément engendré des usages radicalement différents comparés aux publics des générations précédentes, notamment de la presse, la radio et la télévision qui représentent des formes variées de communication à sens unique et dont le coût prohibitif les réservait aux pouvoirs établis ou bien sommes nous dans le même processus d'appropriation de ces technologies ?

Il est dès lors question dans ces Actes du colloque d'Agadir 2012 de saisir les permanences et les ruptures propres aux pays du sud et particulièrement dans le monde arabe en matière de consommations médiatiques. La perspective favorisée ici privilégie le lieu à partir duquel il devient possible de saisir l'interaction entre l'espace de production et celui de la réception d'une part, et d'autre part, les processus d'appropriation des formats industriels dans leur diversité sociale et culturelle. Elle s'inscrit dans une tradition des SIC qui conçoit les cultures comme des dimensions qui s'élaborent et se transmettent à travers des processus et des dispositifs de communication ; d'où la nécessité d'en observer les formes comme circulation de messages, et de les étudier à partir des supports utilisés. Les pays du Sud de manière générale et le monde arabe en particulier sont-ils en train de développer de nouveaux processus de production et de diffusion de l'information ou bien est-il seulement une illusion favorisée par les discours ambiants ?

Jusqu'à présent, les recherches portant sur le champ médiatique et les espaces publics de manière générale dans les pays arabes font figure d'exception. Cette situation est propice à toutes sortes de prophétisme sur « l'opinion publique arabe ». L'avènement de chaînes transnationales comme Al-Jazeera a favorisé une approche par les SIC avec une préférence notable pour les médias du Machrek au détriment des médias du Maghreb.

C'est que l'influence des médias transnationaux apparus au milieu des années 1990 sur les pratiques des publics est à prendre sérieusement en compte. Comment cette influence intervient-elle dans les démarches et stratégies d'adaptation des audiences, leur intégration, les recompositions et réinventions identitaires, les mobilisations politiques ou linguistiques, l'expression des minorités ethnique, linguistique, régionale, religieuse, etc. ?

Cette dimension transnationale de l'offre médiatique demeure peu mesurée dans les faits. Or, elle tend à se pérenniser : le marché est en perpétuel renouvellement, il constitue un enjeu majeur pour les Etats du Sud comme pour les Etats du Nord en raison de la présence dans

ces pays des « minorités » ethniques, culturelles, religieuses, etc. Que font les publics des productions médiatiques aussi bien classiques que nouvelles qu'ils reçoivent ?

Ainsi, il s'agit de contextualiser les pratiques de consommations médiatiques des publics au plan de la presse écrite, de la radio, de la télévision et d'internet. Dans ce sens, Internet et notamment les réseaux sociaux comme Twitter et Facebook, la convergence téléphonie/Internet le tout combiné à une baisse des coûts d'équipement et de connexion, parfois dans un contexte de « fracture numérique », ont-ils permis un déplacement paradigmatique de l'information en faveur de la généralisation d'une information indépendante et la possibilité d'agir « en concert » si l'on emprunte l'expression de H. Arrendt ?

Afin de répondre à ces interrogations, Les Actes de cette manifestation scientifique favorisent des approches pluridisciplinaires et comparatives. Ils s'articulent autour de cinq axes principaux que voici :

1. TIC et potentialité d'ouverture, de désenclavement et de valorisation des territoires de toutes sortes.
2. Médias, médiation, espace public et coopération Nord-Sud
3. Constructions identitaires, usages médiatiques des minorités ethniques, culturelles, linguistiques, religieuses, régionales, etc.
4. Usages des publics et politique de l'offre des médias.
5. TIC et communication interculturelle

Les contributions qui suivent fournissent des éléments de réponse aux interpellations de l'actualité sociopolitique que traversent le monde arabe en particulier et les pays du Sud de manière générale. Elles constituent également une opportunité de poursuivre le débat scientifique sur la complexité des rapports entre l'homme et les technologies de communication initié par la sociologie des usages et les autres disciplines scientifiques. C'est dans ce sens que les auteurs réinterrogent concepts et théories à la lumière des réalités des pays du sud. Ces Actes sont enfin une occasion pour les chercheurs en Sciences sociales de participer modestement mais sérieusement à la compréhension des diverses transformations de nos sociétés.

Conférences inaugurales

La puissance d'agir des citoyens dans un monde fortement connecté¹

Serge Proulx <proulx.serge@uqam.ca>

Université du Québec à Montréal (Canada). Télécom ParisTech (France)

« Ce qui entretient la soumission n'est pas tant l'ignorance que le doute sur sa capacité de faire changer les choses. » (Jacques Rancière, 2008)

La question de la puissance d'agir des citoyens à l'ère numérique est devenue aujourd'hui un enjeu incontournable autant pour les militants que pour les sciences sociales et politiques invitées à penser ces formes inédites d'action politique mondialisée. En particulier, depuis les événements politiques majeurs de 2011 survenus dans la sphère publique mondiale et qui marquent une progression significative de mouvements d'engagement citoyen visant la participation directe des subalternes dans le débat public, et cela, autant à l'échelle locale que globale. Trois constellations de mouvements sont à souligner: d'abord, et surtout, les événements du début 2011 associés au Réveil arabe; ensuite, les mouvements des Indignés qui se sont propagés au printemps en Europe (Espagne, Grèce, Portugal, Italie) et en Israël, puis le mouvement mondial *OccupyWallStreet* qui a émergé à New York le 17 septembre 2011 pour devenir pendant près de deux mois un mouvement social d'indignation généralisé dont les foyers se sont distribués à l'échelle de la planète. Le désir d'affirmer collectivement une *puissance d'agir* anime ces pratiques activistes qui structurent aujourd'hui le mouvement social mondial d'indignation. L'idée d'une *puissance d'agir* suppose l'acquisition d'une *capacité d'agir* au sens d'un savoir-résister à la domination à travers l'organisation d'un *empowerment* citoyen. Mais la *puissance d'agir* dépasse l'expression de la capacité d'agir dans la mesure où la *puissance* connecte avec un *désir* d'exister dans un monde aujourd'hui fortement connecté.

Un mouvement social mondial d'indignation

L'année 2011 aura été marquée non seulement par un approfondissement de la crise économique et financière globale mais, en même temps, par un mouvement social mondial d'indignation politique de la part d'individus, de groupes, de collectifs qui sont la plupart du temps relégués au statut de « sans voix » et de « subalternes » dans l'espace politique. L'année 2011 aura été l'année d'une prise de parole des « sans voix » ayant connu une forte résonance médiatique à l'échelle mondiale.

Les événements les plus spectaculaires se sont déroulés dans le cadre de ce qui allait devenir le « printemps arabe » : mouvements sociaux d'indignation et de révolte en Tunisie d'abord, puis en Égypte, puis en Lybie, puis en Syrie. Et aussi dans de nombreux autres pays de la Région. Dans chacun des quatre pays mentionnés – mais pas encore en Syrie – les dirigeants des régimes autoritaires ont été évincés suite à d'importants mouvements de vindicte populaire dont plusieurs actions de diffusion d'information et de coordination des luttes se sont faites en utilisant les outils du web et les téléphones mobiles. Mais il n'y a pas de pattern récurrent : chaque pays a présenté un cas de figure particulier. En Tunisie, le renversement de Ben Ali a conduit à la tenue d'élections démocratiques qui ont permis d'élire une assemblée constituante chargée d'élaborer une nouvelle constitution d'ici un an. Le fait qu'il existait déjà une constitution décrivant de manière suffisamment claire les mécanismes de passage du pouvoir a permis l'établissement d'un régime politique provisoire qui semble aujourd'hui relativement accepté par l'ensemble des citoyens. Il reste des tensions cependant liées au fait que ceux et celles qui se sont définis comme étant directement responsables de la révolution tunisienne – à savoir : les jeunes qui, à l'aide des outils de l'Internet et du téléphone portable, avaient réussi à faire sortir la population dans la rue, foules qui se rassemblèrent dans des lieux publics fortement symboliques de manière à pouvoir crier publiquement leur indignation – se sont sentis dépossédés de leur révolution par certaines organisations islamistes qui étaient

¹ Une version antérieure de ce texte, issue de conférences prononcées à Lisbonne et Tunis en juin 2011, est sur le point d'être publiée (Proulx, 2012b). Ces réflexions sur la puissance d'agir des citoyens se situent dans la continuité d'un premier travail ayant fait l'objet d'une conférence prononcée à Athènes en mai 2011 et qui sera publiée à Paris en 2012 (Proulx, 2012a). Merci à Alain Ambrosi, Vincent Petit et Julien Rueff pour leurs commentaires sur les premières versions du texte.

structurées en réseaux solides et efficaces et qui ont obtenu des gains significatifs lors des élections démocratiques. En Égypte, pays à la population beaucoup plus vaste, le régime semble être resté jusqu'ici sous le contrôle des militaires. Les élections égyptiennes récentes ont donné une forte visibilité aux partis islamistes. Il faudra suivre comment se reconstruira le nouveau régime. En Lybie, l'appui militaire des puissances occidentales a joué un rôle non négligeable dans l'élimination du tyran. Le pays semble aujourd'hui à la merci des luttes tribales, situation favorisée par le fait que ce pays ne possédait pas vraiment d'Appareil d'État, tout étant sous le contrôle direct de Kadhafi et de ses forces rapprochées. L'Appareil d'État reste donc à reconstruire complètement, et il semble bien que le régime sera fortement islamiste. Quant à la Syrie, la guerre civile est rampante et par conséquent, les scénarios d'avenir restent embrouillés.

Ce sont les mouvements sociaux de revendication dans ces quatre pays (Tunisie, Égypte, Lybie, Syrie) qui ont reçu la plus grande visibilité médiatique occidentale. Il ne faut toutefois pas oublier le Maroc et le Yémen. Le Maroc a participé à sa manière aux mouvements du Réveil arabe : le mouvement du 20 février 2011 a entraîné une prise de parole de la part des Marocains qui ont revendiqué pour obtenir davantage de démocratie, de dignité et de justice sociale. Ce mouvement a effectivement fait bouger les choses, notamment par le biais d'une réforme de la constitution et la tenue d'élections qui ont porté des islamistes modérés au gouvernement. Ce mouvement demeure aujourd'hui vivant, critique et mobilisateur. Ses membres semblent faire un usage raffiné et intelligent des TIC. Quant au Yémen, les manifestations anti-gouvernementales – en septembre 2011 notamment – ont été réprimées dans la brutalité et la violence par les forces de sécurité du président Ali Abdallah Saleh. Suite aux mouvements populaires de contestation qui se sont poursuivis et à des pressions internationales, un accord est intervenu le 23 novembre 2011 en Arabie saoudite : le président Saleh a finalement accepté de quitter son pays pour les Etats-Unis après avoir gagné son immunité totale. Des élections présidentielles sont prévues le 21 février 2012 : le seul candidat déclaré, le vice-président Abd Rabbo Mansour Hadi, un proche de Saleh, prendra le pouvoir pour un mandat intérimaire de deux ans.

Le Réveil arabe a soufflé un vent de liberté qui a suscité une onde de choc sur le continent européen : ainsi, la détermination des occupants de la place Tahrir, au Caire, lieu public fortement symbolique, fut une source d'inspiration pour les militants européens (Aguiton, 2012). Le mouvement social des Indignés madrilènes (*Indignados*) a émergé à partir du 15 mai 2011 et s'est répercuté d'un pays à l'autre, en particulier parmi les populations des pays qui ressentaient le plus directement les effets de la crise des dettes publiques et les contraintes des régimes imposés d'austérité : Espagne, Grèce, Portugal, Italie... L'Europe est aujourd'hui dans un nouveau cas de figure du régime de domination économique mondiale où les gouvernements nationaux et celui de la Communauté européenne se sentent obligés de se soumettre aux diktats des agences mondiales de notation – d'ailleurs surtout américaines. Les gouvernements néolibéraux – et même ceux qui se réclament d'une orientation « social-démocrate » – imposent ainsi à leurs populations des plans d'austérité qui sont vécus comme inacceptables par des portions de plus en plus importantes de leurs citoyens qui n'en peuvent plus de vivre dans ces conditions de misère alors même que les cadres et dirigeants du monde de la finance empochent des salaires et revenus proprement scandaleux : on retrouve ici la référence symbolique à la « parole des 99% » s'opposant aux « 1% de privilégiés » qui dominent le monde. Les nouveaux maîtres du monde se retrouvent aujourd'hui dans les milieux financiers, les banques et les agences de notation. La stratégie d'action des Indignés européens – qui sera ensuite empruntée par le mouvement nord-américain (puis mondial) des « *Occupy Wall Street* » – s'inspirera des mouvements activistes du Réveil arabe : « (...) tenir le terrain sur un lieu symbolique en exprimant à la fois la profondeur de sa détermination et la volonté d'un mouvement non-violent pour en finir avec les régimes en place. » (Aguiton, 2012, p. 1)

Selon Christophe Aguiton (2012), quatre traits communs caractérisent autant les mouvements des Indignés européens que le mouvement nord-américain (puis mondial) des « *Occupy Wall Street* » :

- Ces mouvements ont instauré une parole qui parle à la première personne – le « Je » indique un poids donné à l'individu, ce qui ne veut pas dire un appel à un cumul des égos puisque la volonté de créer du commun et de la solidarité perdure fortement au sein des mouvements. Selon Alain Ambrosi, ce « Je » est « à la fois anonyme, compétent, autonome, critique, empathique et désirant »¹.
- La nature des revendications est « rassembleuse et fédératrice » : pour des emplois et des logements, contre le pouvoir de la finance et des banques, contre la violence et la corruption, contre le système global de domination, etc., ce qui explique sans doute pourquoi les opinions publiques de tous les pays ont donné spontanément leur soutien aux mouvements des citoyens.
- Les procédures de décision au sein de ces mouvements qui occupent la rue refusent l'idée d'une démocratie par délégation : personne ne peut parler « au nom » des Indignés. Ces mouvements se réclament d'une « démocratie directe ». Sur place, les occupants s'organisent en groupes de travail et se répartissent les tâches à réaliser concrètement (alimentation, actions externes, relations avec la presse, etc.). Les savoir-faire accompagnent les savoir-dire.
- Les occupations sont l'occasion d'une série d'expérimentations du « vivre ensemble » quotidien et de pratiques sociales qui préfigurent un « autre monde » possible. Ces mouvements expérimentent des utopies concrètes : le projet utopique n'est plus un non-lieu, il devient ici l'horizon réalisable de mondes possibles, d'alternatives au système global imposé.

Ce nouveau paradigme des luttes d'occupation pose la question de la sommation de ces « Je » anonymes et désirants : ce processus de sommation pourrait-il conduire à désigner un nouveau type de « sujet d'émancipation » ? S'agirait-il d'un « nous » ancré dans le partage de valeurs communes – le « bien commun », par exemple ? Pourrait-on adopter ici la catégorie de « multitude », au sens de Negri et Hardt (2004), pour décrire l'orientation d'ensemble de cet agir politique fondé sur les solidarités expressives de sujets singuliers, mais sans nécessairement épouser l'ensemble des thèses de ces auteurs ?

Les activistes de la technique : rappel de nos travaux de recherche au Québec

Cette caractérisation des mouvements des Indignés s'inscrit dans le droit fil des luttes menées par les militants de l'altermondialisation depuis plus d'une décennie (Cardon et Granjon, 2010), et, plus généralement, des luttes et organisations mises en place depuis les années 1970-1980 qui avaient pour projet l'établissement d'une « démocratisation de la communication » et d'un « Droit à communiquer » à l'échelle d'un *espace politique global* (Ambrosi, 1999). Le cyberactivisme contemporain s'enracine ainsi dans ces mouvements et dans ces luttes qui les ont précédés. Il est, par exemple, intéressant de constater que les activistes espagnols contre la loi SINDE (équivalent espagnol d'Hadopi) et les militants de la culture libre qui se sont mobilisés dès novembre 2010 à Madrid, ont été l'un des noyaux durs du mouvement du 15 mai des indignés espagnols (15M) et continuent de l'être². Au Québec, depuis 2004, nous avons réalisé des recherches avec les militants du libre.

¹ Alain Ambrosi, communication personnelle, 7 février 2012.

² Remarque transmise par Alain Ambrosi, communication personnelle, 7 février 2012.

Les travaux d'enquêtes empiriques réalisés depuis huit ans au LabCMO¹ nous ont permis de décrire de manière détaillée l'action de ceux que nous avons appelés les « activistes de la technique » (Proulx et al., 2008). Il s'agit d'un type de pratiques militantes qui font surgir de nouvelles formes de l'agir politique en les connectant à des usages particuliers des technologies de l'information et de la communication (TIC). Les actions de ces *cyberactivistes* s'inscrivent dans le droit fil des pratiques de militants qui, au Québec, d'abord au début des années 1970, cherchèrent à politiser le phénomène des télévisions communautaires afin qu'elles deviennent de véritables télévisions citoyennes. Ce militantisme de la télévision communautaire se transforma ensuite en un « militantisme de l'intervention vidéo » agissant dans une perspective d'animation sociale et politique au sein de groupes citoyens et de comités locaux d'action politique (Sénécal, 1995). Puis ce premier mouvement politique des médias communautaires décida de se saborder, à la fin de la décennie 1970, en raison du fait que le mouvement se sentait prisonnier de ses préférences trop nettement identifiées aux usages d'outils techniques, option qui apparaissait comme étant surtout un choix en matière de *moyens* et non suffisamment orienté vers une *finalité* clairement politique du mouvement. Ce militantisme québécois de gauche tourné vers l'usage des techniques de communication renaîtra dans la décennie 1980 sous la forme d'une implication dans la constitution de réseaux internationaux de militants agissant sur des bases locales et communautaires, notamment dans le secteur des radiodiffuseurs communautaires². Ce tournant militant fit émerger des connexions nouvelles entre les dimensions locale et globale des luttes sociopolitiques des activistes s'appuyant sur les médias et les outils numériques.

Dans le cadre d'une analyse récente réalisée en 2010-2011 avec Anne Goldenberg, nous avons tracé pour le Québec, ce qui nous semble constituer les trois axes principaux des pratiques militantes se définissant aujourd'hui à l'aune des usages des médias et technologies de communication (Goldenberg et Proulx, 2011). Dans le cadre de cette analyse, nous avons tenté de répondre à la question suivante: « la gauche québécoise peut-elle aujourd'hui inventer de nouveaux espaces citoyens à partir des configurations sociopolitiques ouvertes par les technologies de l'information et de la communication (TIC)? ». Nous avons ainsi repéré trois formes de militantisme à l'oeuvre dans ce nouveau contexte ouvert par le *cyberactivisme*. Un premier type de militantisme oriente ses actions vers l'objectif de fournir un accès élargi des milieux communautaires et populaires aux moyens techniques d'information et de communication. Issus du milieu associatif, des militants, hommes et femmes, s'assurent que le plus grand nombre puisse utiliser les technologies, les comprendre, les maîtriser, tout en se maintenant à distance des logiques commerciales sous-jacentes au développement technique. Or, dans le présent contexte nord-américain fortement marqué par l'idéologie néolibérale, les milieux communautaires québécois sont contraints de reconsidérer leur mode de financement – ils doivent trouver des stratégies d'auto-financement et moins compter sur les subventions gouvernementales pour survivre économiquement – ce qui complexifie la nature de leurs stratégies et de leurs actions d'intervention pour l'accessibilité.

Un second type de militantisme fait plus directement usage des médias, anciens et nouveaux, dans la promotion de ses actions. Ainsi, certains groupes activistes ont pris l'habitude de publiciser leurs actions à l'échelle locale mais en même temps à un niveau plus global via les médias sociaux. De cette manière, ils proposent eux-mêmes des pistes pour penser le sens des actions qu'ils réalisent. Ces militants ont appris progressivement à reconsidérer leurs rapports aux technologies et à la communication. Par exemple, face à l'invasion publicitaire, certains de ces activistes s'organisent pour subvertir les messages publicitaires et les stratégies marketing qui dominent la scène publique (actions de détournement symbolique et de subversion douce des affiches)³. Dénonçant le contrôle

¹ <http://cmo.uqam.ca>

² Association mondiale des radiodiffuseurs communautaires: <http://www.amarc.org/>

³ Ces actions se rapprochent du groupe activiste canadien Adbusters : <http://www.adbusters.org/>

croissant des conglomérats privés sur l'ensemble des médias québécois, d'autres initiatives ont émergé pour fournir une alternative de qualité, portées soit par des amateurs (« journalistes citoyens »), soit par des journalistes professionnels libérés de leurs contraintes habituelles du fait qu'ils pratiquent de cette manière un journalisme en ligne indépendant.

Un troisième type de militantisme s'attaque plus directement à la conception et à la propriété des dispositifs communicationnels. Ces groupes proprement « activistes de la technique » revendiquent un droit de regard et d'intervention sur la conception et le fonctionnement des dispositifs sociotechniques qui nous entourent. Ils militent à la fois pour la production de dispositifs au code librement accessible, pour la mise à disposition de biens communs informationnels et pour un libre accès aux connaissances contenues dans des bases de données ouvertes (*open data*) (voir : Goldenberg, 2008).

Dans notre analyse, nous essayons de voir comment ces trois formes de militantisme sont reliées entre elles. Il faut bien voir que ces nouveaux militantismes – dont le cyberactivisme – témoignent, à l'échelle du Québec, d'un mouvement mondialisé de reconfiguration de l'agir politique. Ce que nous avons constaté au niveau du Québec est en fait une expression locale de mouvements sociaux globaux qui s'exercent à l'échelle de la planète. Des formes de pratiques politiques contestataires s'appuyant sur des techniques numériques de communication – médias sociaux, téléphones portables et autres dispositifs mobiles numériques – se sont en effet fortement déployées ces deux dernières années à l'échelle du globe. Ces nouvelles formes d'expression politique en ligne peuvent-elles avoir une portée sociopolitique à plus long terme? L'examen, sous cet angle, des mouvements sociaux mondiaux survenus en 2011 peut certainement féconder notre analyse.

Un programme de recherche en cours

Je voudrais formuler ici trois questions issues d'un programme de recherche que nous conduisons présentement (2009-2013)¹ avec une équipe du LabCMO (Proulx et al., 2011). Je compte apporter quelques éléments de réponse – en particulier à la première question – mais je pense que, tous ensemble, à travers nos débats et discussions, nous pourrions fournir des réponses encore davantage pertinentes et mieux informées à l'ensemble des questions.

« Arrêtez de regarder et sortez tous dans la rue ! »

(Mot d'ordre des jeunes Grecs dans les rues d'Athènes, décembre 2008)²

Première question

« Quelles conditions faudrait-il réunir pour passer d'une simple participation médiatique sur Internet à un véritable engagement sur le terrain et dans la sphère politique? » C'est une question qui me préoccupe depuis que je m'intéresse au pouvoir social des médias. Le développement des médias sociaux au début de la décennie 2000 a induit une profusion d'activités médiatiques en ligne. Ces activités suscitent ce que nous pourrions appeler des formes actives et interactives de « participation médiatique ». En d'autres mots, les nouveaux médias suscitent un engouement participatif de la part des utilisateurs, en particulier les jeunes générations, qui deviennent particulièrement créatifs avec ces nouveaux outils numériques. Toute la question est de savoir sous quelles conditions cette participation médiatique pourra se transformer en un engagement effectif sur le plan politique. Dans le contexte du Réveil arabe, cette question apparaît plus complexe car dans les pays arabes, la présence des médias anciens et nouveaux n'a pas été une condition nécessaire pour faire exister l'indignation. Celle-ci n'a pas attendu les médias pour émerger. Le surgissement du Réveil arabe pose en premier lieu la

¹ Programme intitulé « L'usage contributif : émergence de nouvelles formes participatives de création et d'échange sur Internet » et subventionné par le Conseil de recherches en sciences humaines (CRSH) du Canada.

² Cité par Citton et al., 2011, p. 13.

question de « l'étincelle » : qu'est-ce qui a fait étincelle ? Qu'est-ce qui a permis au « printemps arabe » de faire « événement¹ » ? La question du passage d'une participation médiatique à un engagement politique concret sur le terrain – le seul qui compte vraiment selon les acteurs – garde toutefois sa pertinence une fois qu'on reconnaît que l'usage des TIC et des médias n'est pas une condition suffisante au passage à l'action sur le terrain. En d'autres mots, qu'est-ce qui fait qu'on peut transformer une participation médiatique sur Internet ou simplement *devant l'écran* – un monde d'échanges via les médias sociaux ou une sensibilisation sociopolitique attisée par les médias traditionnels – vers le désir concret de s'impliquer directement dans des pratiques de contestation *dans des lieux publics physiques* (comme descendre dans la rue ou manifester sur la place Tahrir)? Qu'est-ce qui fait qu'à un moment donné, un citoyen a le goût d'aller plus loin, qu'en lui émerge le *désir* de descendre dans la rue pour participer à une manifestation? Notons que l'engagement politique ne se réduit pas simplement à descendre dans la rue. C'est aussi, en fin de compte, penser et agir dans les prolongements de ces manifestations publiques, penser et agir directement sur le terrain politique, savoir agir dans la sphère publique afin de participer activement à l'élaboration ou à la transformation des politiques. Il apparaît nécessaire d'analyser le rôle des médias sociaux pour publiciser l'indignation et pour développer la capacité d'indignation.

Un travail d'identification des conditions sociales suscitant le passage d'une participation active dans l'univers médiatique à un engagement citoyen effectif dans la sphère politique pourrait aussi s'inspirer des réflexions de Liesbet van Zoonen (2004) sur l'engagement des *fans* se regroupant et discutant en ligne autour d'une série télévisée. La chercheuse inscrit d'abord ses analyses dans le prolongement du constat formulé depuis 1995 par le sociologue Robert Putnam (2000, 2006) soulignant l'affaiblissement significatif de la vigueur de la société civile américaine depuis les décennies 1980 et 1990. En effet, depuis Tocqueville (1840), l'on sait qu'une société civile forte et vivante – s'exprimant à travers les « associations intellectuelles et morales » de ses membres qui constituent la vie communautaire – assure et consolide le fonctionnement de la démocratie. La qualité du « vivre ensemble » démocratique dépend du niveau d'engagement civique et de la densité des réseaux de contacts permettant la communication entre les personnes et la coordination des actions collectives des citoyens dans leur communauté. La constitution d'une solidarité civique émerge des activités des réseaux sociaux assurant une réciprocité des échanges entre les citoyens. C'est ainsi que s'accumule un stock de « capital social » au sein de la communauté : les réseaux d'engagement civique engendrent une réciprocité généralisée dans les échanges sociaux et l'émergence d'une confiance en autrui (Putnam, 2006, p. 37). Les enquêtes empiriques de Putnam montrent que depuis les années 1980, il y aurait un affaiblissement de ce capital social et une perte de vigueur de la société civile américaine tentée bien souvent de s'en remettre passivement aux règles des organisations et bureaucraties étatiques. Cela constituerait une menace pour le fonctionnement de la démocratie.

Plutôt que d'envisager simplement l'activité des *fans* de télé comme une source nouvelle d'accumulation de capital social – ce qui serait déjà une perspective sociologique fructueuse – Van Zoonen adopte une posture épistémologique autrement plus ambitieuse et qui apparaît non triviale : elle postule une équivalence symétrique entre la nature de l'engagement suscité par les pratiques des *fans* et la nature de l'engagement propre aux pratiques politiques citoyennes. Du coup, elle envisage une espèce de fluidité de circulation – du type de celle des « vases communicants » – entre l'engagement de *fans* dans le monde du divertissement et l'engagement civique de citoyens dans le monde du politique. Une posture que l'on pourrait qualifier de « sacrilège » tellement les mondes respectifs du divertissement et du politique sont pensés *a priori* comme séparés, étanches, incompatibles. Pour penser l'engagement des *fans*,

¹ La problématique de l'étincelle mériterait d'être pensée à partir d'une théorie de l'événement. On pense à Arendt (1972) : l'événement n'est pas pensé comme produit de l'histoire mais comme pouvant éclairer après-coup le passé. Le totalitarisme, événement inimaginable, marque une discontinuité dans le fil de l'histoire.

Van Zoonen recourt au concept de « texte ». Fidèle aux postulats théoriques des approches en *cultural studies*, les contenus télévisuels sont envisagés comme un « texte ». Il s'agit en l'occurrence du *texte médiatique* pensé comme totalité phénoménologique : ce ne sont pas simplement les lignes écrites du texte du scénario et des dialogues qui sont prises en compte; c'est l'ensemble formé par les contenus véhiculés, les contraintes du format de l'émission, les activités périphériques (péritélévision), les discussions entre *fans* et la série télévisée considérée comme genre, qui constitue le texte médiatique. Selon cette chercheuse, l'engagement individuel des *fans* au regard du texte médiatique est intense : ils s'approprient le texte, le discutent et délibèrent, et proposent même des scénarios alternatifs, etc. Van Zoonen retrouve dans les échanges entre *fans*, les trois modes caractérisant l'activité civique démocratique : information, délibération et engagement actif (*activism*). Son hypothèse est que les deux mondes (divertissement et politique) différencieraient seulement du point de vue de la constitution des subjectivités respectives des personnes impliquées dans ces deux univers : les *fans* révéleraient une subjectivité essentiellement *affective* alors que la subjectivité civique serait avant tout *cognitive*. Mais la chercheuse reconnaît que la production effective des subjectivités est plus enchevêtrée et moins binaire (sur la subjectivité polyphonique, voir : Fourquet, 2007).

Ce détour par les travaux sur les *fans* de télé permet de revenir à l'articulation entre un engagement de nature médiatique et un engagement de nature politique (c'est-à-dire d'individus prenant position dans l'espace public de la *Polis*). La clé épistémologique consiste à prendre au sérieux la dimension affective et émotionnelle des activités civiques et politiques (Marcus, 2002). Déjà, au niveau du sens commun, il est aisé de constater que les discussions animées dans les familles ou les lieux publics lors des campagnes électorales, ou pendant les soirées de dévoilement des résultats électoraux, laissent émerger l'expression d'émotions, parfois vives, de la part des partisans et des citoyens. Le geste politique – c'est-à-dire : l'adhésion à la plateforme idéologique d'un parti, le choix de militer, la prise de décision politique – n'est pas explicable seulement par des facteurs rationnels. L'animal politique n'est pas exclusivement rationnel : il est mu par des affects, par des émotions – facteurs qui sont certainement aussi importants que le recours au jugement rationnel ou à l'évaluation cognitive des programmes des candidats politiques. Des travaux en sciences cognitives (Damasio, 1995) soulignent que l'expression des émotions agirait comme un levier performatif des capacités cognitives des individus :

« In the context of politics, feelings of 'enthusiasm' (*all is well*) and 'anxiety' (*something is wrong*) are particularly relevant, because they produce the cognitive state of mind that enables the acquisition of information, the analysis of the situation, the assessment of alternatives and development of new routines. » (Van Zoonen, 2004, p. 48)

Selon Marcus (2002), un sentiment de bien-être psychologique susciterait des activités d'exercice du jugement plutôt de type routinier; un sentiment d'anxiété inviterait davantage à des discussions et activités délibératives en vue de la formulation de jugements. Sans investissements émotionnels et affectifs significatifs, les pratiques politiques auraient tendance à s'affaiblir en intérêt et en intensité. L'« intelligence émotionnelle » semble donc jouer un rôle primordial dans le surgissement, la montée en puissance et la stabilisation d'un engagement civique ou politique. Nous voyons comment, dans de telles conditions, la participation médiatique active (autant dans les médias traditionnels qu'avec l'appui des médias sociaux) – activité affective et émotionnelle suscitée par la réception des images provenant d'écrans multiples (ordinateur, tablette numérique, télévision, téléphone intelligent)¹ – peut agir comme mécanisme déclencheur d'un engagement civique ou politique, surtout si ces images soulèvent l'indignation.

¹ En 2011, en France, on comptait, en moyenne, dix (10) écrans par foyer.

« (l'indignation)... c'est 'la haine que nous éprouvons pour celui qui fait du mal à un être semblable à nous' [Spinoza]; et nous l'éprouvons par imitation des sentiments de la victime (...) étant entendu (...) qu'elle sera encore plus forte si cette victime est en même temps quelqu'un que nous aimons. » (Matheron, 2011, p. 24)

Deuxième question

« Quelle puissance d'agir les citoyens peuvent-ils acquérir à travers la maîtrise des médias sociaux? » Cette question oblige à revenir sur ce que signifie la puissance d'agir pour les citoyens [voir *infra*, section 5; et aussi : Proulx, 2009, 2012a]. Dans la suite du texte, je tenterai d'apporter quelques éléments de réponse en réfléchissant au terrain politique que permet d'arpenter la maîtrise des médias sociaux : pratiques de résistance en même temps que pratiques d'affirmation face à l'emprise du capitalisme numérique.¹

Troisième question

« Quelles sont les compétences spécifiques – maîtrise technique et cognitive de savoirs et savoir-faire, capacités stratégiques et communicationnelles à mobiliser les réseaux sociaux, capacité à l'auto-organisation du mouvement et des groupes – requises pour bien maîtriser les outils numériques? » La perméabilité, l'ouverture à une culture technique apparaît être une condition nécessaire mais qui n'est pas suffisante. Ces citoyens actifs doivent préférentiellement posséder les rudiments d'une authentique culture politique militante. L'acquisition de cette culture politique représente un atout important, une espèce de passage obligé pour le développement de pratiques militantes en cohérence avec les finalités du mouvement social. Dans le prolongement de cette question de la présence nécessaire d'une culture politique militante, et afin que cette cohérence puisse s'affirmer, j'avancerais l'hypothèse de la nécessité pour les militants de poser des *gestes de politisation* dans la sphère publique. Par politisation, j'entends l'inscription d'une dimension politique dans un lieu, un objet, un dispositif, un événement spécifique qui n'étaient pas définis jusque-là comme politiques. Ce geste d'inscription du politique contribue alors à une mise en débat dans la sphère publique des enjeux sociaux et politiques liés à cet objet. Il s'agit d'un processus de « montée en publicité » de l'objet choisi. Nous identifions ici par le fait même une seconde condition à laquelle nous faisons référence dans l'interrogation concernant le passage d'un engagement médiatique à un engagement effectivement politique. Nous pouvons ici expliciter la seconde condition nécessaire au passage d'un « engagement médiatique » à un engagement politique. Bref, en sus de leur maîtrise technique et cognitive des outils numériques, en sus de leur compétence à savoir communiquer efficacement dans l'espace public et à savoir s'autogérer, les *cyberactivistes* doivent enraciner leurs pratiques dans une culture politique s'arrimant à l'histoire des luttes de résistance et d'affirmation des subalternes (voir, en particulier, pour le contexte des luttes postcoloniales: Spivak, 2009).

L'ère numérique: l'emprise du capitalisme informationnel

Nous avons discuté jusqu'ici des usages du Web comme outil de publicité politique et de coordination des actions militantes, ce qui constitue un fil analytique pertinent pour comprendre la signification politique des usages des TIC par les activistes de notre temps, qu'ils se trouvent dans le Monde arabe, en Europe ou dans les Amériques. Dans cette section du texte, je veux insister sur le fait que ces outils du Web – appelés aussi *médias sociaux* – sont le produit d'une forme contemporaine du mode de production, le capitalisme informationnel ou numérique. L'on ne peut ignorer en effet que ces outils numériques ne sont pas neutres, ils sont marqués par le régime économique qui a favorisé leur invention et permis leur déploiement. La

¹ Voir Citton et al., 2011. Je ne développerai pas davantage ici les réponses aux questions 2 et 3. Ce texte est un work in progress et j'ai déjà dépassé le nombre de signes qui m'est imparti.

question de la propriété est la clé de voûte du système. Et il ne s'agit pas seulement de la propriété du code (dont il sera question plus loin). Face à la capacité grandissante de participation et d'invention des usagers citoyens, la bataille de la privatisation tous azimuts menée par les forces du marché vise à verrouiller l'accès (accès au code, aux données, aux ressources matérielles et immatérielles, à l'Internet, et plus généralement, à l'espace politique et aux prises de décisions). Les mouvements sociaux les plus actifs en ce registre sont ceux orientés vers des luttes pour le *public access*, l'*open access* et l'*open data* (accès aux données). Dans le domaine des TIC, les grandes batailles du XXI^e siècle opposeront toutes la propriété à l'usage¹.

L'émergence des médias sociaux dans la décennie 2000 prend toute sa signification sociologique si l'on replace ce phénomène dans le contexte de développement d'un nouveau régime du mode de production capitaliste que je qualifierai de "capitalisme informationnel". Voici quatre entrées pour décrire les propriétés constitutives de ce capitalisme numérique qui s'installe à l'échelle du globe depuis la décennie 1980.

Première entrée: la numérisation du mode de production. Depuis le dernier quart du XX^e siècle, un nouveau type de technologies – les technologies de l'information et de la communication (TIC) dites « technologies numériques » – a pénétré en profondeur l'ensemble de l'organisation du travail, la totalité du système d'organisation de la production (Castells, 2010). Cette nouvelle logique de production – dite du *just in time* – a été qualifiée de « postfordiste » dans la mesure où les activités de conception, de production manufacturière, de mise en marché et de distribution sont étroitement reliées du fait de la numérisation des technologies qui permet une flexibilité extrême à la fois des chaînes de travail automatisé, des horaires de travail des employés et des chaînes de distribution des produits manufacturés. Sans succomber à une pensée déterministe, il faut bien voir que cette numérisation de l'appareil de production provoque une série de transformations qui affectent significativement non seulement le mode de production mais aussi nos modes de consommation, la qualité de nos liens sociaux de même que nos modes de communication politique (Proulx, 2004).

Beaucoup de travaux ont été publiés qui décrivent ces transformations. Dans le contexte des rapports Nord/Sud, l'ouvrage du journaliste Thomas Friedman apparaît intéressant, quoiqu'il soit écrit de manière occidentalocentrée (Friedman, 2007). Cet auteur montre que, dans le contexte actuel de globalisation économique à outrance, la convergence des technologies et la standardisation des protocoles logiciels facilitent non seulement les délocalisations (*offshoring*) mais aussi le recours à des externalisations (*outsourcing*) au sein du processus global de production. Les activités du circuit de production sont décomposées en segments, chacun de ceux-ci étant réalisé dans les conditions d'exécution les plus profitables pour l'entreprise transnationale. Il donne l'exemple d'un patient californien radiographié en Californie: la radiographie est numérisée et transmise en Inde où un radiologue indien (formé en Californie mais payé à 35% du salaire du spécialiste californien) procède à son analyse. Pendant la nuit, les résultats de cette analyse sont retransmis instantanément en format numérique, ce qui fait que le lendemain, le patient peut déjà avoir accès au diagnostic le concernant. Dans ce contexte, la concurrence pour l'emploi prend une autre envergure: elle devient complètement mondialisée.

Deuxième entrée: la mathématisation du monde financier par le triomphe des algorithmes. Nous sommes dans un contexte où triomphe le capitalisme financier ou plutôt, comme l'écrit si justement Maurizio Lazzarato (2011), à l'ère d'un « endettement massif et généralisé des individus et des États ». Ne serions-nous pas enfermés dans une situation de

¹ Ces remarques doivent beaucoup à mes échanges avec Alain Ambrosi.

dépendance radicale à l'égard des banques privées transnationales et des agences états-uniennes d'audits et de notation qui vont jusqu'à dicter les budgets d'austérité aux gouvernements nationaux et, par voie de conséquence, imposer de sévères restrictions au mode de vie des populations? Lazzarato suggère de s'attaquer directement à cette « économie de la dette » qui s'est structurée au moment de la crise financière internationale des années 1973-1975 et qui est à l'origine de la prise de pouvoir des agents financiers privés auprès desquels les États empruntent aujourd'hui massivement. Les populations du globe se retrouvent endettées doublement: d'abord, en tant qu'individus qui n'en finissent plus de « mourir à crédit » et ensuite, collectivement, à travers les dettes publiques aujourd'hui insurmontables des États dont leurs membres sont à la fois les citoyens et les otages. Or, ce qui met en oeuvre opérationnellement cette économie des simulations financières et des produits dérivés, ce qui agit le management des entreprises transnationales et globales prétextant fonctionner en vertu d'une nouvelle rationalité financière (Petitet, 2008), ce sont les algorithmes mathématiques inscrits dans les infrastructures informationnelles de ces organisations (Beer, 2009). Ces modèles opérationnels constituent l'infrastructure logicielle de ce nouveau pouvoir des banques et des grandes institutions financières devenues les nouveaux maîtres du monde. Pour prendre l'exemple du fonctionnement du marché financier, la numérisation des transactions financières transfrontières instantanées a transformé complètement le régime des transactions économiques. C'est de ce régime où triomphent les modèles et simulations mathématiques, qu'ont émergé les nouvelles normes de fonctionnement de l'économie financière qui se substitue à une « économie réelle » directement reliée aux activités matérielles de production.

Troisième entrée: la propriété du code informationnel. Il y a dorénavant un nouveau type d'industries qui se construisent à partir de la propriété du code: industries pharmaceutiques, industries médiatiques, industries du logiciel... Philippe Aigrain montre que la montée en puissance de ce type d'entreprises s'inscrit en faux contre toutes les luttes développées pendant la dernière décennie pour faire en sorte que l'information soit considérée comme un bien commun (Aigrain, 2005). D'où l'importance des luttes des *cyberactivistes* qui politisent la question de la propriété intellectuelle. De nouveaux équilibres sont à trouver entre l'information reconnue comme bien commun et une valorisation tempérée de la propriété du code informationnel. Ce qui se joue par la mise en jeu du code c'est une réhabilitation du savoir comme mode d'intervention politique. Le capital de savoir devient une arme pour les *cyberactivistes* dans leur lutte contre le capital financier. Une analyse possible de ce mécanisme de réhabilitation pourrait s'arrimer à l'articulation savoir/pouvoir (Foucault, 2004). Dans nos travaux antérieurs sur les militants du logiciel libre (Proulx et al., 2008), nous avons qualifié ces praticiens du libre d'*activistes du code* parce que nous voulions souligner le fait que ces militants s'attaquaient à l'un des nerfs centraux de la production de la valeur économique dans le nouveau régime industriel « informationnalisé », à savoir: le code informationnel, produit de la créativité cumulée par des collectifs de développeurs logiciels comme source de valeur économique. Ces militants du code ont par conséquent choisi un terrain économique extrêmement approprié pour faire émerger des pratiques de résistance à la domination des entreprises de l'économie de l'immatériel (Gorz, 2003) qui ancrent leur pouvoir de monopole dans la propriété du code informationnel.

Quatrième entrée: l'émergence d'une économie de la contribution. Le fonctionnement des plateformes 2.0 résume bien cette nouvelle logique de production de la valeur économique dans le contexte du capitalisme informationnel. C'est-à-dire que l'utilisateur d'une plateforme 2.0 – médias sociaux ou sites de réseaux sociaux – est d'abord un « producteur de contenu » (*content producer*): en renseignant son profil, en insérant des photos, des vidéos, des hyperliens, en commentant une photo, en recommandant une lecture ou un spectacle, etc... l'utilisateur apporte des contenus ou les fait transiter, ou les remixe... Mais l'utilisateur est aussi, en même temps – qu'il le veuille ou non – un « fournisseur de données » (*data provider*). En d'autres mots, l'utilisateur d'une plateforme fournit des données (*data*) car il laisse des traces

numériques sur son passage dans la Toile. Or, ces traces sont captées par les entreprises propriétaires des plateformes; elles sont accumulées dans de gigantesques bases relationnelles de données. Et c'est à partir de ces traces (*data*) agrégées que les firmes de l'Internet construisent des métadonnées (*metadata*), c'est-à-dire qu'elles associent les adresses IP des utilisateurs avec les gestes de consommation et les choix de pages qui leur correspondent. Ces répertoires gigantesques de métadonnées constituent une autre forme de l'ancrage de l'économie capitaliste informationnelle, la source de la production de la valeur économique. En même temps, dans les entrailles de ce modèle d'accumulation capitaliste est contenue, selon le philosophe Bernard Stiegler, la possibilité de l'émergence d'un troisième modèle industriel qui ne serait ni le modèle productiviste ni le modèle consumériste, caractéristiques des régimes capitalistes précédents, mais qui serait le modèle de l'*économie de la contribution* (Stiegler et al., 2009). Ce constat¹ apparaît des plus intéressants parce qu'il contient en germe un formidable paradoxe qui est que la production des expressions des subjectivités réclamée par cette économie de la contribution peut être potentiellement à la source d'une contestation, voire d'un renversement de l'économie par l'affirmation d'une puissance d'agir citoyenne (Negri, 2010 ; Proulx et al., 2011). D'où la nécessité de penser les conditions d'émergence et de déploiement d'une telle puissance d'agir.

La puissance d'agir citoyenne

« La luttinerie qui vient surfe sur les vagues du déchaînement capitaliste. » (Citton et al., 2011, p. 23)

Puissance d'agir : de quoi s'agit-il au juste ? Ayant rencontré dans les travaux anglophones la notion d'*empowerment* – utilisée notamment en psychologie communautaire, travail social, management, science politique, études féministes (Hur, 2006) puis associée plus récemment au projet d'une appropriation citoyenne de l'Internet (Amichai-Hamburger et al., 2008) – j'ai essayé de traduire en langue française cette expression autrement que par les notions académiques habituellement proposées que je jugeais trop abstraites, voire pédantes (empuissancement, encapacitation, empouvoirement, habilitation). J'ai alors rencontré quelques pages d'un ouvrage de Jérôme Vidal (2008, p. 17-23) qui m'ont interpellé. L'auteur suggère de traduire en français la notion d'*empowerment* soit par « capacité d'agir », soit par « puissance d'agir ». Il suggère la distinction suivante : l'idée de « capacité d'agir » renverrait davantage à une sociologie de la domination, telle celle de Bourdieu. Nous serions alors du côté de pratiques de « résistance » à la domination imposée. Quant au concept de « puissance d'agir », il positionnerait le sujet dans un rôle plus affirmatif. L'auteur va chercher du côté du *conatus* (Spinoza) la source théorique forte pour penser la *puissance d'agir*. Vidal semble toutefois faire l'impasse sur le lien de Bourdieu à Spinoza (Hilgers, 2006).

« *Capacité d'agir* aurait l'intérêt de dresser une passerelle entre la problématique de l'*agency* et les sociologies de la domination qui, comme celle de Pierre Bourdieu, posent que la capacité statutaire (légitime, reconnue, officielle) conditionne (le développement de) la capacité (affective, psychique, intellectuelle, physique...) effective – mais ce serait rabattre la problématique de l'*empowerment* sur celle, institutionnelle, de l'habilitation. *Puissance d'agir* aurait le grand mérite de faire référence au fond spinoziste auquel reconduit comme par nécessité la notion, Spinoza étant assurément le grand penseur de la puissance d'agir (*potentia agendi*), et ses héritiers actuels (par le biais d'un certain marxisme, de Deleuze, de Foucault) étant à peu près les seuls à porter cette question dans l'Hexagone. » (Vidal, 2008, p. 17)

Cet auteur a ainsi tendance à opposer capacité d'agir et puissance d'agir. Dans le premier cas de figure, la liberté serait relative puisqu'elle se définirait comme « l'autre du

¹ Constat qui rejoint aussi celui de Y. Moulier Boutang (2007).

pouvoir », l'agent dominant définissant institutionnellement le cadre dans lequel s'exprimera l'agent qui cherche à lui résister (c'est, selon cet auteur, la posture analytique suggérée par Pierre Bourdieu). *A contrario*, penser dans les termes d'une puissance d'agir supposerait de penser la liberté comme affirmation de la parole autonome d'un sujet se produisant librement dans sa relation avec l'autre. Nous sommes ici dans un processus d'affirmation de soi (subjectivation) analogue au procès d'individuation. Ainsi, penser la puissance d'agir citoyenne postule que le point de départ d'une affirmation des « sans-part » (Rancière, 1981) s'enracine précisément dans une prise de parole autonome qui passe par une affirmation. C'est l'affirmation d'une légitimité, d'une reconnaissance de la (presque) parole des « sans-part » qui participe directement au déploiement des « sans-voix » dans la sphère publique. La prise de parole politique des « subalternes » (Spivak, 2009) signifie une affirmation de soi: c'est ce processus de subjectivation qui permet un accroissement de la puissance des exclus, des dominés, l'affirmation d'une « persévérance à exister » (Spinoza). Aussi, je préfère, quant à moi, penser la puissance d'agir comme *inclusive*, la capacité d'agir étant une modalité particulière d'une puissance d'agir qui la contient. En d'autres mots, pratiques de résistance et pratiques d'affirmation ne seraient que les deux faces d'un même mouvement d'émancipation (Citton et al., 2011, p. 19). H. Arendt pose la liberté comme la condition préalable à la capacité d'action : celle-ci se définit donc comme l'exercice de la liberté d'un sujet dans l'espace politique (Arendt, 1961).

La puissance d'agir c'est l'affirmation de la vie, et ultimement, l'affirmation du désir d'exister individuellement et collectivement, le désir de survivre même dans un contexte économique et politique difficile. Ce qui est puissant dans le surgissement du Réveil arabe c'est l'explosion de la parole citoyenne, de la parole des « sans voix » jusqu'ici assujettie aux normes de régimes politiques autoritaires. Cette explosion de la parole contestataire est aussi pour les citoyens-sujets, une affirmation soutenue de leur désir d'exister de manière indépendante et autonome. Nous rejoignons ici les réflexions de Bernard Stiegler (2009) qui perçoit, dans le passage d'un capitalisme consumériste à une économie de la contribution, la réémergence du désir qui avait été capté et réduit par la publicité et la consommation. Le désir éteint dans le consumérisme réapparaît au sein des communautés d'individus qui coopèrent et travaillent collectivement en réseau grâce aux TIC.

Ce contexte d'affirmation d'une puissance d'agir citoyenne pose la question de ce que signifie vraiment l'appropriation des outils numériques et des médias pour le pouvoir des citoyens. Dans quelle mesure l'appropriation de ces outils peut-elle conduire à la consolidation d'une puissance d'agir? Est-ce utopique de penser de cette manière? Sans doute jusqu'à un certain point puisque le développement des outils numériques reste sous le contrôle des entreprises multinationales de l'Internet et des télécommunications. Je pense que l'on pourrait définir l'utopie comme un horizon politique vers lequel on peut tendre (Bloch, 1976). De cette manière, la puissance d'agir citoyenne à l'ère numérique peut être pensée comme horizon politique. Dans un tel cadre, l'appropriation des outils numériques peut effectivement signifier la possibilité d'un accroissement de l'*empowerment*, d'un accroissement de la puissance d'agir pour les citoyens. Nous pourrions formuler l'hypothèse que la technologie joue ici sur une intensification du désir et de sa captation/transformation en agir. Le *conatus* serait ici « territorialisé par la technique »¹.

Une manière heuristique de définir l'appropriation d'une technologie consiste à soutenir que ce processus doit viser à rendre l'usage de l'outil *transparent* aux yeux de l'utilisateur lambda, en même temps que *transparent pour le collectif* ou la communauté à laquelle il appartient. Des réflexions systématiques restent à formuler pour définir les stratégies les plus

¹ Le geste militant serait ainsi lié à la puissance d'agir via aussi l'idée de « machines désirantes » de Deleuze et Guattari (1972) [hypothèse suggérée par Vincent Petitot, communication personnelle, 29 novembre 2011].

performantes pour concevoir les dispositifs qui faciliteront une telle appropriation (Theureau, 2011). Les pistes ouvertes par le Réveil arabe semblent un terrain pertinent pour définir les compétences exigées des citoyens qui veulent participer aux mouvements sociaux de transformation du tissu politique en termes de savoirs, de savoir-faire, d'habiletés pratiques et d'apprentissage des codes nécessaires. Il apparaît important d'identifier les compétences nécessaires pour le développement d'une participation citoyenne (s'appuyant sur les TIC) dans l'espace politique : la capacité d'indignation constitue une condition préalable, se déclinant ensuite dans une capacité de communication, une capacité de délibération, une capacité de proposition et finalement, une capacité d'innovation¹.

Pour conclure sur la question des compétences requises de la part des utilisateurs des plateformes numériques qui veulent que leurs pratiques possèdent une cohérence en vue d'une participation active dans le mouvement social de transformation, il peut être révélateur de réfléchir à la figure de l'utilisateur grand public. Quelles compétences doit avoir l'utilisateur grand public dans un tel cadre? D'un côté, on pourrait l'investir comme « usager techniquement compétent », c'est-à-dire postuler qu'une appropriation réussie suppose pour lui d'acquérir toute la compétence technique possible. Nous sommes ici dans la tradition du logiciel libre, dans ce que j'appellerais: une éthique du militantisme politique. Les tenants du logiciel libre soutiennent en effet que les individus et les collectifs doivent fournir des efforts cognitifs significatifs pour s'approprier les outils techniques. Les citoyens ne doivent pas rester des consommateurs passifs des technologies; ils doivent maîtriser le processus de manière à pouvoir intervenir ultimement dans la conception même des dispositifs et dans la programmation logicielle. L'utilisateur grand public est ici pensé comme un usager activement compétent. De l'autre côté, c'est le pôle représenté par l'industrie logicielle propriétaire, plus près de l'*infotainment*, donc d'un large espace de divertissement numérique où l'on soutient au contraire que l'utilisateur grand public doit « en faire le moins possible » pour s'approprier les outils numériques. L'utilisateur est cantonné dans un rôle de consommateur passif des dispositifs techniques. La mission de l'industrie est alors définie comme un travail de simplification ergonomique et cognitive des interfaces. La navigation sur Internet doit se faire dans un contexte de plaisir et de facilité maximale. L'utilisation des dispositifs numériques doit être intuitive, plaisante et très facile. Voilà donc les deux pôles contrastés qui peuvent servir à penser la question des compétences techniques et cognitives de l'utilisateur lambda. Il apparaît évident que nous sommes dans une époque où triomphe l'industrie de l'*infotainment*. Les utilisateurs sont très majoritairement des consommateurs plus ou moins passifs des dispositifs numériques.

Il reste que si les TIC doivent être pensées comme moyens pour favoriser l'émancipation sociale et maximiser la puissance d'agir des citoyens – qu'ils soient du Sud ou du Nord – il apparaît nécessaire de penser les potentialités civiques de la communication numérique à l'extérieur du cadre exclusif de la consommation (Proulx et Klein, 2012). Le défi pour la démocratisation technique consiste à chercher une troisième voie... Comment approcher des usagers qui se déclarent « intelligents » et « politiquement engagés » mais qui ne veulent pas nécessairement trop investir dans l'apprentissage technique des machines ? Voilà le défi.

Bibliographie

Aguiton, Ch. (2012), « *Indignés, Occupy Wall Street : des manifestations de rue qui prennent racine* », *Les Temps Nouveaux*, no. 4, Paris : <http://www.lestempsnouveaux.net/>

Aigrain, P. (2005), *Cause commune. L'information entre bien commun et propriété*, Fayard, Paris.

¹ Proposition d'Alain Ambrosi, communication personnelle, 7 février 2012.

- Ambrosi, A. (1999), « Difficile émergence des réseaux de communication démocratique dans l'espace politique global » in S. Proulx et A. Vitalis, dir., *Vers une citoyenneté simulée. Médias, réseaux et mondialisation*, Éditions Apogée, Rennes, p. 99-122.
- Amichai-Hamburger, Y., K. McKenna, S.A. Tal (2008), « E-empowerment: Empowerment by the Internet », *Computers in Human Behavior*, 24, p. 1776-1789.
- Arendt, H. (1961), *Condition de l'homme moderne*, Calmann-Lévy, Paris. [éd. orig. : 1958].
- Arendt, H. (1972), *Les origines du totalitarisme*, 3 tomes, Gallimard, Paris. [éd. orig. : 1951].
- Beer, D. (2009), « Power through the algorithm? Participatory web cultures and the technological unconscious », *New Media & Society*, 11 (6), p. 985-1002.
- Bloch, E. (1976), *Le principe espérance*, tome I, Gallimard, Paris.
- Cardon, D. et F. Granjon (2010), *Médiactivistes*, Presses de SciencesPo, Paris.
- Castells, M. (2010), *The Information Age: Economy, society, and culture* (vols. 1-3), Blackwell, Oxford [première édition: 1996-1998].
- Citton, Y., A. Querrien, V. Secretan (2011), « Bienvenue aux indignés, mutins et luttants ! », *Multitudes*, 46, Paris, p. 11-23.
- Damasio, A. (1995), *L'erreur de Descartes : la raison des émotions*, O. Jacob, Paris.
- Deleuze, G. et F. Guattari (1972), *L'Anti-Oedipe. Capitalisme et schizophrénie*, Minuit, Paris.
- Foucault, M. (2004), *Dits et écrits II: 1976-1988*, Gallimard, Paris.
- Fourquet, F. (2007), « La subjectivité mondiale. Une intuition de Félix Guattari », *Le Portique* [En ligne], 20 / 2007, mis en ligne le 06 novembre 2009, consulté le 30 janvier 2012 : <http://leportique.revues.org/index1354.html>
- Friedman, T. (2007), *The World is Flat. A Brief History of the Twenty-First Century*. Further Updated and Expanded: Release 3.0, Farrar, Straus and Giroux, New York [première édition: 2005].
- Goldenberg, A. (2008), « Un collectif autogéré de travailleurs en informatique libre : le cas de Koumbit » in S. Proulx, S. Couture et J. Rueff, dir., *L'action communautaire québécoise à l'ère numérique*, PUQ, Québec, p. 113-138.
- Goldenberg, A. et S. Proulx (2011), « L'agir politique au regard des technologies de l'information et de la communication », *Globe. Revue internationale d'études québécoises*, 14 (1), p. 99-120.
- Gorz, A. (2003), *L'immatériel*, Éditions Galilée, Paris.
- Hardt, M. et A. Negri (2004), *Multitude. Guerre et démocratie à l'âge de l'Empire*, La Découverte, Paris.
- Hilgers, M. (2006), « Liberté et habitus chez Pierre Bourdieu », *EspacesTemps.net*, Textuel 25.07.2006 : <http://www.espacestemp.net/document2064.html>
- Hur, M.H. (2006), « Empowerment in terms of theoretical perspectives : exploring a typology of the process and components across disciplines », *Journal of Community Psychology*, 34 (5), p. 523-540.
- Lazzarato, M. (2011), *La fabrique de l'homme endetté. Essai sur la condition libérale*, éditions Amsterdam, Paris.
- Marcus, G.E. (2002), *The Sentimental Citizen. Emotion in Democratic Politics*, The Pennsylvania State University Press, University Park.
- Matheron, A. (2011), « Qu'est-ce que l'indignation? », *Multitudes*, 46, Paris, p. 24-25.
- Moulier Boutang, Y. (2007), *Le capitalisme cognitif. La Nouvelle Grande Transformation*, Nouvelle édition augmentée, Éditions Amsterdam, Paris.

- Negri, A. (2010), *Inventer le commun des hommes*, Bayard, Paris.
- Petit, V. (2008), « L'organisation, charnier de chiffres », *MEI (Médiation et Information)*, 28, *La communication nombre*, L'Harmattan, Paris, p. 119-128.
- Proulx, S. (2004), *La révolution Internet en question*, Québec-Amérique, Montréal.
- Proulx, S. (2009), « Can the use of digital media favour citizen involvement? », *Global Media and Communication*, 5 (3), p. 293-307.
- Proulx, S. (2012a), « La puissance d'agir d'une culture de la contribution face à l'emprise d'un capitalisme informationnel : premières réflexions » in C. Constantopoulou et F. Gaudez, dir., *Barbaries contemporaines*, L'Harmattan, Paris, à paraître.
- Proulx, S. (2012b), « La puissance d'agir des citoyens à l'ère numérique : cyberactivisme et nouvelles formes d'expression politique en ligne » in S. Najjar, dir., *Mouvements sociaux en ligne et cyberactivisme en Méditerranée*, Karthala, Paris, à paraître.
- Proulx, S. et A. Klein, dir. (2012), *Connexions. Communication numérique et lien social*, Presses universitaires de Namur, Namur.
- Proulx, S., S. Couture et J. Rueff, dir. (2008), *L'action communautaire québécoise à l'ère numérique*, Presses de l'Université du Québec, Québec.
- Proulx, S., L. Heaton, M.J. Kwok Choon, M. Millette (2011), « Paradoxical empowerment of producers in the context of informational capitalism », *New Review of Hypermedia and Multimedia*, 17 (1), p. 9-29.
- Putnam, R. (2000), *Bowling Alone. The Collapse and Revival of American Community*, Simon and Schuster, New York.
- Putnam, R. (2006), « *Bowling Alone* : le déclin du capital social aux Etats-Unis » in A. Bevort et M. Lallement, dir., *Le capital social. Performance, équité et réciprocité*, La Découverte, Paris, p. 35-50.
- Rancière, J. (1981), *La Nuit des prolétaires. Archives du rêve ouvrier*, Fayard, Paris.
- Rancière, J. (2008), « L'émancipation est l'affaire de tous. Rencontre avec Jacques Rancière », *Sciences humaines*, 198. En ligne: http://www.scienceshumaines.com/articleprint2.php?lg=fr&id_article=27148
- Sénécal, M. (1995), *L'espace médiatique. Les communications à l'épreuve de la démocratie*, Liber, Montréal.
- Spinoza, B. (1929), *Éthique* in *Œuvres de Spinoza* (traduction de Charles Appuhn), Garnier, Paris. En ligne: <http://hyperspinoza.caute.lautre.net/spip.php?article1718>
- Spivak, G. C. (2009), *Les subalternes peuvent-elles parler?*, Éditions Amsterdam, Paris [première édition en langue anglaise: 1988].
- Stiegler, B., A. Giffard, C. Fauré (2009), *Pour en finir avec la mécroissance*, Flammarion, Paris.
- Tocqueville, A. [1840] (1986), *De la démocratie en Amérique*, Folio, Paris.
- Theureau, J. (2011), « Appropriation, incorporation et in-culturation », communication à la *Journée Ergo-IDF*, Paris, CNAM, 16 juin, 31 p.
- Van Zoonen, L. (2004), « Imagining the Fan Democracy », *European Journal of Communication*, 19 (1), p. 39-52.
- Vidal, J. (2008), *La fabrique de l'impuissance 1: la gauche, les intellectuels et le libéralisme sécuritaire*, Éditions Amsterdam, Paris.

Communication et changement social en Afrique

Alain Kiyindou <alain.kiyindou@msha.fr>

Mica, EA 4426, Université Michel de Montaigne, Bordeaux 3

Cette recherche relève de la communication pour le développement. Nous postulons d'emblée que l'efficacité des TIC est liée à plusieurs facteurs dont la réceptivité des groupes. Il est donc vain de les présenter comme une sorte de solution miracle à toutes les causes du sous-développement. C'est donc une posture critique avec un intérêt particulier pour ce qu'on pourrait appeler obstacles au changement social. Notre hypothèse reste donc celle consistant à considérer que l'Afrique ne pourra utiliser les TIC pour son épanouissement que quand elle aura compris ce qu'elle veut comme type d'épanouissement. Cette étude se fixe donc comme objectif de relever : Le décalage conceptuel, c'est-à-dire des paradoxes et des incohérences dans la perception de nos sociétés, du développement, du changement. Le décalage entre les objectifs des promoteurs des TIC et affichés dans les différents documents officiels, les moyens réellement mis en place et les contextes d'usages. Le décalage entre les usages prescrits et les usages attendus. Elle s'appuie sur l'analyse de diverses expériences menées dans le cadre des TIC pour le changement en Afrique. Deux axes majeurs apparaissent à savoir l'accessibilité de l'information qui est également liée à l'accessibilité des TIC et leur « usabilité ».

Introduction

Cette recherche relève de la communication pour le développement, terme utilisé pour la première fois par Nora Québral, pour désigner l'emploi des moyens de communication dans le but d'améliorer les conditions de vie et de travail des populations. C'est d'ailleurs cette orientation que retient Everett Rogers, quand il la définit comme l'utilisation de la communication dans une perspective de développement socio-économique, c'est-à-dire la diffusion d'informations et d'innovations qui permettraient au public d'avoir accès à l'éducation et à de meilleures conditions de vie. Nous postulons d'emblée que l'efficacité des TIC est liée à plusieurs facteurs dont la réceptivité des groupes. Il est donc vain de les présenter comme une sorte de solution miracle à toutes les causes du sous-développement. C'est donc une posture critique avec un intérêt particulier pour ce qu'on pourrait appeler obstacles au changement social. Le changement social que nous évoquons ici, se substitue au terme développement souvent utilisé et qui s'avère très connoté voire injuste puisque, toute société, tout pays est en développement et à chaque étape l'homme est confronté à des problèmes existentiels différents, aussi sérieux les uns que les autres. Pendant que certains lutteront contre le terrorisme, d'autres essayeront d'apaiser les conflits ethniques, pendant que certains chercheront à combattre des maladies, d'autres tenteront d'éliminer les effets pervers de leurs systèmes : traitement des déchets nucléaires, exclusions etc. ce qui remet donc en cause l'arbitraire distinction entre pays sous-développés et pays développés. Il convient toutefois de préciser que le changement social dont il est question ici, n'est pas aussi neutre que cela, mais il traduit, semble-t-il, plus justement l'idée que le développement n'est pas unique, qu'il y a plusieurs types de développement.

Notre hypothèse reste donc celle consistant à considérer que l'Afrique ne pourra utiliser les TIC pour son épanouissement que quand elle aura compris ce qu'elle veut comme type d'épanouissement. Il s'agit là d'une démarche interne loin des principes qui régissent la « coopération de papa »¹ ou « la solidarité numérique ». Bien entendu, l'interdépendance existe, elle est même l'essence du « muntu », de l' « ubuntu ».

Le rôle de la recherche en communication est donc celle de la démarcation au sens de Popper (*Logique de la découverte scientifique*) par rapport au discours ambiant, c'est à dire de la distinction entre ce qui relève de la science et ce qui est « non-science ». Ce qui relève du discours politique et ce qui relève de l'action. La construction de la société, de toute société, est un lieu de conflit, conflit d'intérêt, conflit idéologique, conflit de priorité, conflit de croyance. Ceci suppose d'envisager d'autres grilles de représentations et d'analyse que celles généralement utilisées. Elles devraient tenir compte du fait que l'irrationalité économique,

¹ Élikia M'bokolo, *Développement, de l'aide au partenariat*, La Documentation française, Paris, 1993.

jusque-là combattue, se fonde sur une sagesse, une autre forme de rationalité. Le terme décentrement, proposé par le philosophe François Jullien¹ convient pour exprimer cette idée. Il ne s'agit pas de tenter de mesurer l'écart avec l'autre puis d'en définir la distance, mais plutôt de retravailler et d'ébranler nos catégories issues des certitudes de la pensée européenne. Au dualisme évoqué par Jacques Brasseuil² nous préférons le métissage prôné par Senghor. Il ne s'agit donc pas de substituer la société de l'information technologique aux autres mais de permettre à chaque société de mieux gérer l'information en respectant son écologie communicationnelle. Il ne s'agit ni de vénérer la tradition, ni de rejeter le modernisme mais de tenir compte de la complémentarité.

Cette étude se fixe donc comme objectif de relever :

- Le décalage conceptuel, c'est-à-dire des paradoxes et des incohérences dans la perception de nos sociétés, du développement, du changement ;
- Le décalage entre les objectifs des promoteurs des TIC et affichés dans les différents documents officiels, les moyens réellement mis en place et les contextes d'usages ;
- Le décalage entre les usages prescrits et les usages attendus.

Elle s'appuie sur l'analyse de diverses expériences menées dans le cadre des TIC pour le changement en Afrique.

Approche scientifique

Avant de situer notre étude, il nous semble intéressant de revenir sur les différents courants de la recherche sur la communication pour le développement. En effet, si l'on observe le champ de recherche en Sciences de l'information et de la communication, deux grands courants semblent émerger des travaux à ce sujet. Le premier considère que l'information n'est pas une panacée, le second considère, au contraire, qu'elle est la clé du changement.

En s'appuyant sur le premier postulat, l'information ne saurait être qu'un élément second, puisque son efficacité est liée à la réceptivité des individus. D'après les théoriciens qui défendent ce point de vue, il est vain de présenter l'information comme une panacée capable de remédier à l'ensemble des insatisfactions. Elle n'est qu'une matière première qu'il faut prolonger par une interprétation et apprécier par un effort d'analyse. L'idée principale est que les médias qui sont au centre de la communication pour le changement n'influencent pas directement le public. Ils passent par des *leaders* qui, à leur tour, influencent l'opinion. Il s'agit ici d'une démarche de relativisation de la toute-puissance des médias et de valorisation de la sélectivité et de l'influence personnelle. Le deuxième courant de pensée quant à lui, attribue à l'information un rôle primordial, allant jusqu'à affirmer qu'elle est la clé du changement. C'est d'ailleurs dans ce courant que s'inscrit Daniel Lerner quand il affirme que le facteur essentiel conduisant à la modernisation est celui de la mobilité (géographique, sociale, psychologique), qui s'exprime dans le concept d'*empathie*. Ce processus est facilité par les médias qui opèrent à la fois comme agents du changement et comme indicateurs de ce changement.

Parmi les éléments qui paraissent s'imposer pour mieux fonder notre analyse, il y a l'effet différence culturelle : il incite à moins penser « *ethnocentriquement* ». La méconnaissance des cultures autres nourrit le malentendu, entraîne les ratés de la communication et les risques qui s'en suivent. La mondialisation, en accentuant les capacités techniques de transfert et de réception, augmente du coup le degré d'incertitude et entraîne un besoin encore plus accru de l'information. Nous pouvons aussi évoquer le décalage observé entre la demande sociale d'information et les offres, souvent commerciales, diffusées.

¹ Jullien François, *De l'universel, de l'uniforme, du commun et du dialogue entre les cultures*, Fayard, Paris, 2008.

² Jacques Brasseuil, *Introduction à l'économie au développement*, Armand Colin, Paris, 1989.

L'évolution des usages des médias pour le changement

Sur un plan purement historique, nous pouvons faire remonter l'usage des médias pour le changement à la troisième révolution industrielle, celle des années 1930 marquée notamment par le développement aux États-Unis de l'électronique et de l'informatique. Dans les pays du Tiers monde, il faudra attendre les années 1960 pour que les gouvernements se lancent ouvertement dans la vulgarisation des connaissances. Avec l'émergence de la mondialisation, dont le Sommet mondial sur la société de l'information (SMSI) a été une des manifestations, les plus médiatiques et les plus mobilisatrices, les acteurs publics aussi bien nationaux qu'internationaux, ainsi que ceux de la Société civile, se penchent de plus en plus sur la façon d'utiliser ces nouveaux outils pour accélérer le changement social et économique et parvenir ainsi, au développement durable. Mais si ces différents acteurs posent le rapport technologie et changement comme allant de soi, il convient, dans le cadre de la recherche, comme le recommande d'ailleurs Emile Durkheim¹, de s'affranchir des fausses évidences.

Les mass media au service du changement

A côté des médias légers, deux moyens d'information vont marquer l'histoire de la diffusion des savoirs et savoir-faire pour le changement. Tout d'abord la radio avec la multiplication des radios-club dans les zones rurales puis la télévision éducative. Mais comment expliquer le succès de la radio et celui relatif de la télévision dans la communication pour le changement ?

De la radio rurale au radio surf

Les expériences de radio rurale menées dans les années soixante, sous la houlette de l'Unesco et de la FAO (Food and Agriculture Organization of the United Nations) nous permettent de comprendre le succès de ce moyen par la mise en place des tribunes radiophoniques, c'est-à-dire, des systèmes de groupe de discussions organisés pour l'écoute d'émissions rurales. Si dans les pays en développement, les radio-clubs permettent avant tout de pallier le problème d'acquisition du poste radio, ils permettent aussi et surtout la réappropriation de la radio par les communautés concernées.

La radio présente aujourd'hui encore un avenir radieux, avec notamment l'avènement des nouvelles technologies de l'information et de la communication. Un des fruits de l'association entre la radio et internet est ce qu'on appelle le «radio surf» sur Internet, c'est-à-dire, un type de programme dans lequel les animateurs radio rassemblent des informations provenant de sites web de référence, de Cd-rom ou d'autres ressources numériques, afin de répondre aux besoins et questions des communautés locales. Durant l'émission, accompagné d'un expert local, l'animateur se sert d'internet pour apporter des réponses aux questions posées par les auditeurs, des explications et susciter des interrogations. Déjà utilisé au Sri Lanka, au Bhutan, au Népal, au Bénin..., le «radio surf» donne aux auditeurs la possibilité de devenir des cybernautes à distance. L'intérêt de ce modèle réside dans le fait que la radio n'est pas seulement un moyen pour atteindre des audiences avec des informations glanées sur Internet, c'est également un moyen permettant de créer du contenu, de rassembler et de donner forme à des informations pouvant être ensuite diffusées par le biais des nouvelles technologies. Le «radio surf» nous éloigne donc de la logique unidirectionnelle dans laquelle ont tendance à enfermer les médias pour un usage plus participatif, car en matière de communication pour le changement, le problème est celui des besoins, c'est-à-dire des contenus et des usages nouveaux.

La Télévision au service du changement

¹ Emile Durkheim, *Les règles de la méthode sociologique*, PUF, Paris, 2004.

L'utilisation de la télévision dans des projets de changement social et en particulier dans les domaines de l'éducation, de la santé et du développement communautaire est plus récente que la radio. Comme la radio, elle offre la capacité d'atteindre un large public qu'il soit ou non alphabétisé. Son principal avantage par rapport à cette dernière, c'est qu'elle permet la démonstration et la représentation, offrant ainsi la possibilité de transcender la barrière linguistique. Les différentes politiques de développement se sont appuyées sur cet instrument et les expériences les plus significatives sont celles relatives à la télévision éducative et à la télévision communautaire. Ces dernières années, les possibilités de la télévision se sont accrues avec l'arrivée des nouvelles formes de technologies. Le système de diffusion par satellite, par exemple, permet à la fois un rayonnement beaucoup plus large et des possibilités de communication avec des publics segmentés. L'expérience de télévision éducative par satellite effectuée par l'Inde (SITE) est à beaucoup d'égard très intéressante. La production des programmes de télévision est décentralisée puisque confiée à quatre studios différents. Les six groupements de réception directe reçoivent à la fois des programmes réalisés spécialement pour chacun d'eux et des programmes communs. Les programmes élaborés ont donc intégré des objectifs pédagogiques précis du genre : améliorer l'aptitude à l'anticipation, au calcul, au langage, à la compréhension de la chronologie ...

La téléphonie mobile

La téléphonie mobile désigne toute l'infrastructure de télécommunication permettant d'utiliser des téléphones portables. Cette technologie s'est considérablement développée auprès du grand public ces dix dernières années, supplantant même le téléphone fixe. Elle est fondée sur la radiotéléphonie, c'est-à-dire la transmission de la voix à l'aide d'onde radio entre une base relais qui couvre une zone de plusieurs dizaines de kilomètres de rayon et le téléphone mobile de l'utilisateur. La téléphonie mobile et la radio font partie des Technologies de l'information et de la communication les mieux intégrées dans les pays du Sud. En effet, le succès de la téléphonie mobile a dépassé la plupart des pronostics. Aujourd'hui, l'Afrique est le marché des télécommunications le plus porteur dans le monde. La croissance moyenne de la pénétration cellulaire au cours des cinq dernières années sur le continent est estimée à 76%. L'appropriation de la téléphonie mobile s'est accompagnée du développement d'un certain nombre d'usages plus ou moins inédits : formule prépayée avec des cartes du type mobicarte, multiplication de « cabines »...

De la techno-logique à la prise en compte de l'individu

Nombre d'expériences impliquant les médias, dans la recherche du changement, relèvent d'une techno-logique en ce sens que c'est la logique techniciste (au lieu de la logique sociale) qui guide la mise en place et l'usage des technologies. En fait, tout est fait comme si la seule présence des médias suffisait à faire accepter aux populations le modèle de développement qui leur est proposé. Or les expériences que nous venons de citer doivent leur succès, avant tout, au fait que, dès le départ, les promoteurs se sont intéressés aux besoins des hommes et au rôle qu'ils ont à jouer dans ce processus qui les concerne au premier chef. Nous touchons ici à la question de la participation, de l'implication mais aussi de la responsabilisation de ceux qui sont amenés à utiliser les nouveaux moyens de communication, puisqu'au delà de la technique et des hommes, la question de la communication pour le développement est avant tout celle du développement. Les performances des appareils de communication que nous attribuons à la puissance technologique s'expliquent souvent par leur « congruence » avec le modèle de développement prescrit, avec la proximité des contenus diffusés.

Ces expériences montrent que, dans le domaine du changement social, les meilleures pratiques sont celles qui prennent appui sur une structure sociale existante, celles qui respectent l'identité et qui placent l'homme au centre de la communication. La référence à l'homme renvoie à sa culture, à ses croyances, à ses aspirations, à son histoire. La connectivité est loin d'être uniquement une question d'infrastructure et de technologie, de « *hardware* » et de

logiciel, mais qu'au contraire, l'homme y joue un rôle essentiel. Partant de ce constat, de nombreuses expériences tentent de coller au maximum aux besoins réels des populations. En outre, la recherche a montré que les systèmes et réseaux d'information et de savoir sont très efficaces lorsqu'ils se construisent à partir des systèmes d'information existants en y incorporant des intermédiaires communautaires, institutions ou individus, qui peuvent jouer le rôle de passerelles entre Internet et les communautés. La radio joue très bien ce rôle, elle est un élément clé des systèmes d'information locaux. Très proche de son audience qui, d'ailleurs, lui fait confiance, elle a su montrer, notamment à travers les exemples évoqués, son aptitude à combiner le « *cybersavoir* » et le savoir contextuel de l'environnement où il est exploité. Des synergies devraient donc être réalisées entre les différents médias au service de différents enjeux tels que la réduction de la pauvreté, la santé pour tous, la diversité culturelle... Ce n'est qu'en associant les technologies nouvelles aux systèmes de communication classiques que notre société sera réellement une société à dimension humaine et donc durable.

La durabilité des expériences

La question de la « *durabilité* » souvent oubliée est une des conditions majeures de l'*e-inclusion*. Elle se pose en termes d'organisation, mais aussi, en termes d'équipement. Toutefois, il ne s'agit pas de transformer les pays du Sud en consommateurs des nouvelles technologies. Pour que la société actuelle soit réellement inclusive et participative, ceux-ci doivent contribuer à la création des nouvelles applications technologiques. Cela suppose le développement d'une industrie performante dont nous savons qu'il ne peut être possible que grâce à une bonne politique industrielle aussi bien sur le plan national qu'international. Sur le plan national, il s'agirait de développer des industries ayant des effets d'entraînement sur les autres et permettant de rendre le pays plus autonome par rapport aux maîtres du réseau. Mais comment s'y prendre ?

L'expérience des pays du Sud montre, malheureusement, que les investissements dans des industries à hautes technologies ont le plus souvent entraîné une dépendance technique et financière vis-à-vis de l'Occident. Dans certains pays, l'effort considérable pour créer une base industrielle a entraîné le sacrifice d'autres activités comme l'agriculture et l'artisanat, portant ainsi un coup à l'organisation sociale. La solution serait sans doute de commencer par développer une industrie de substitution d'importation adaptée à la demande locale. Les exemples comme ceux de l'Inde et de l'Afrique du Sud pourraient inspirer les autres pays. Toutefois, ceci n'est possible qu'avec une politique internationale adaptée. La base de cette politique est sans aucun doute le transfert de technologie, c'est-à-dire l'exportation par les pays qui les possèdent, des moyens de mise en œuvre des techniques. Nous constatons, là aussi, que tout ceci a un coût et que ce marché ne brille pas par la transparence.

Quelle communication pour quel changement ?

Au-delà de l'argumentation, l'assentiment ou l'adhésion au changement est fortement liée à la valeur de l'information diffusée. La question de la valeur nous incite à prendre en compte l'être dans toutes ses dimensions. En effet, l'homme est « *nécessairement perspectiviste, le proche est plus important pour lui que le lointain, puisque l'image du lointain vient se projeter sur son champ de conscience avec une intensité réduite par la distance par rapport à ce qui est proche* »¹. Il convient de noter également le fait que « *l'individu porte principalement son intérêt aux événements proches de son espace psychologique quotidien. Il retient d'une manière préférentielle les messages qui ne présentent qu'une faible distance par rapport à lui* »². Cela nous ramène bien entendu à la notion de bénéfice. En effet, l'être n'agit que si le bénéfice qu'il tire de l'acte est plus grand que le coût que celui-ci implique.

¹ Abraham Moles, Élisabeth Rohmer, *Théorie des actes, vers une écologie des actions*, Paris, Casterman, 1977, p. 34.

² Michel Mathien, *Le système médiatique*, Hachette, Paris, 1989, p. 106.

La notion de bénéfice, bien connue dans le domaine du marketing, a souvent expliqué le rejet ou l'acceptation des technologies diffusées dans le cadre du changement social. Cela équivaut à prendre en compte l'information diffusée et à l'adapter aux attentes des « destinataires ». Le bénéfice évoqué ici n'est pas simplement matériel ou financier, il peut être spirituel, social. La productivité, l'efficacité, le gain financier ne sont pas toujours des « éléments moteurs » du changement social. L'information est donc à analyser en interaction avec l'environnement concerné. En effet, la plupart des éléments avec lesquels nous n'avons pas de rapport nous laissent indifférents. L'intérêt d'un produit vient en partie de ce qu'il apporte à son environnement. Autrement dit, « *ce qui se produit n'a d'importance que par son degré de signification ou son taux de perturbation de la vie quotidienne* » et nous pouvons ajouter que « l'information n'a pas de valeur en soi, elle n'acquiert cette vertu qu'en fonction des besoins qu'elle satisfait »¹. Bien entendu, dans cette appréciation, interviennent des facteurs aussi bien techniques, commerciaux que subjectifs. Cela suppose que l'appréciation d'une information peut varier en fonction du contexte et de l'individu. Certaines informations trop complexes perdent leur valeur parce que l'utilisateur potentiel ne possède pas le « *mode d'emploi* » ou simplement parce que le contexte d'application ne permet pas leur pleine utilisation. Or, dans le cadre de la communication pour le changement, l'information va trop souvent du Nord vers le Sud, sous-développé et « ignorant » qui a tout à apprendre. Mais au-delà de l'origine, l'information adaptée au changement souhaité est avant tout celle diffusée dans une langue compréhensible par les destinataires et qui répond à leurs préoccupations. Elle utilise leur système de référence, s'adapte à leur mode de pensée tout en apportant quelque chose de substantiel aux savoirs existants. Ce n'est donc pas le vecteur technologique qui la détermine, elle emprunte tous les moyens disponibles, sans exclusion.

Entre acceptabilité, usabilité et décidabilité

Deux axes majeurs apparaissent à savoir l'accessibilité de l'information qui est également liée à l'accessibilité des TIC et leur « *usabilité* »². En effet, tout comme l'émission, la réception de l'information occasionne des coûts car elle prend du temps et nécessite des moyens à la fois techniques et culturels. Le deuxième axe, celui de l'« *usabilité* », intègre aussi bien la question de l'acceptabilité, de l'appropriation que celle de la validité ou de l'adaptabilité des technologies et de l'information au contexte d'utilisation. L'« *usabilité* » mesure jusqu'à quel point un produit, un service ou un système est prêt à l'usage. Cette notion est essentielle dans la compréhension des problèmes communicationnels du développement dans la mesure où celui-ci s'inscrit dans un cadre extrêmement complexe (complexité des moyens, informations, projets, processus...). L'acceptabilité d'une information ou un dispositif par un public donné peut être comprise comme l'engagement des acteurs face à un choix qui ne correspond pas à un besoin non satisfait explicite vis-à-vis de cet outil technique. L'acceptabilité « *se construit à partir de données mesurables et d'actions de communication qui ont pour objet d'établir une relation de confiance* »³ entre les publics et les innovateurs. Elle se fonde sur « *des valeurs de respect et d'éthique* ». L'acceptabilité sociale d'une information n'appartient pas au même champ d'intervention que son « *utilisabilité* ». Elle met en œuvre un certain nombre de conditions socioculturelles.

En effet, la disponibilité de l'information ne suffit pas. Il faut que le message puisse être décodé du point de vue du langage et du point de vue de son sens. Outre le déchiffrement, la pleine valeur d'usage de l'information nécessite que puissent être repérées ses possibilités et conditions d'utilisation. De nombreuses informations diffusées à travers les TIC ne peuvent pas être utilisées parce que l'univers auquel elles font référence est différent de celui de l'utilisateur. Dans le domaine de la santé, par exemple, la plupart des informations partent du fait que tout le

¹ Jean Meyriat, « Information vs communication ? », *Espace social de la communication*, Retz, Paris, s.d. p. 65.

² Le Coadic Yves F., *Usages et usagers de l'information*, Nathan, Paris, 1997.

³ Yves Ardourel, « Plates-formes numériques pour la formation et les apprentissages. Introduction de la notion d'acceptabilité », *Les recherches en information et communication et leurs perspectives*, actes du Congrès national de la Société Française des Sciences de l'Information et de la communication, SFSIC, Marseille, 2002, p. 117.

monde a accès au médecin, à la pharmacie, au thermomètre... Or, beaucoup de personnes continuent à se soigner par les plantes et ne consultent que des tradithérapeutes. La diffusion de l'information n'implique donc pas nécessairement son appropriation par un tiers puisque celle-ci nécessite qu'elle soit reconnue comme information c'est-à-dire comme ayant du sens, ce qui inclut la question de sa pertinence pour le système. Dans cette opération, le niveau d'alphabétisation joue un rôle important dans la mesure où la plupart des informations disponibles sur Internet sont en langue étrangère aux pays en développement. Le tableau suivant montre l'importance de l'analphabétisme dans ces pays.

L'information ne se suffit pas à elle-même. « *Elle nécessite, pour être opérationnelle, une information liée, une information sur l'information, une méta information* ». Nous abordons donc ici la question de la *décidabilité* de l'information souvent reliée au fait que toute information comporte une part d'incertitude. Pour être « *décidable* », l'information doit être combinée à une information qui joue en quelque sorte le « *mode d'emploi* ».

Mais, est-il possible d'envisager un « *mode d'emploi* » universel, qui s'adapterait à tous ?

Une pratique sociale complexe

La question de savoir quelle information pour quel changement n'est pas simple. Toutefois, il convient, dès le départ, d'établir un rapport étroit entre le type d'information diffusée et le changement voulu. Trop souvent, l'information diffusée par les instances officielles ne correspond ni aux capacités des populations destinataires, ni au modèle de changement approprié pour les utilisateurs. Notre analyse intègre donc à la fois les possibilités techniques, la capacité culturelle, financière et matérielle des individus, c'est-à-dire la capacité de donner forme à des données recueillies par quelque moyen que ce soit. En conséquence, nous nous attachons, non seulement à la notion de transmission, mais aussi à celle de réception, voire de résistance, cette dernière pouvant être mise en perspective avec la manipulation. L'information pour le changement social devrait être celle qui renforce les potentialités endogènes, celle qui intègre les apports externes tout en sauvegardant les acquis, qui enrichit les savoirs locaux sans les dégrader, ni les nier. Mais cette information est indissociable de la communication, puisque c'est à travers elle que se réalise son adaptation. Ceci est d'autant plus important que l'information tend à se substituer à la communication. Or, l'information n'est pas une simple fonction technique, elle est une pratique sociale complexe. La revalorisation d'une information endogène pose les bases d'un développement exogène, sans s'enfermer, puisque, pour se développer, l'être a besoin des autres qui à la fois le limitent et le renforcent. La communication pour le changement social a pour fondement la bonne articulation des ressources endogènes et exogènes. L'information diffusée dans ce cadre doit, avant tout, permettre aux pays en développement de découvrir leurs potentialités et de tracer la voie du changement qu'ils souhaitent.

L'importance de la culture

L'idée d'un « *choc des cultures* » mondial est au centre des réflexions sur le rapport entre la culture et le changement social. Celui-ci est souvent vu en termes de conflits de langue, de religion...

En effet, la culture, conçue comme l'ensemble des valeurs, des croyances, des attitudes, des coutumes et des comportements d'une société donnée, est un moteur essentiel du changement économique et social. De nombreux projets souffrent de leur inadéquation au contexte de réception. L'exemple de la planification familiale au Nigeria est éloquent : le projet « *my brother's children* » a connu un échec consécutif à l'inadéquation entre le film et la culture locale. Celle-ci est le facteur essentiel de la perception que chaque personne a d'elle-même, de la société et des autres. Elle est la source première de ses motivations, de ses choix, de sa créativité, de son action. Nous pouvons également citer le projet « *Villages centres* » développés par les Volontaires du progrès en Afrique subsaharienne. Il consistait à favoriser le

regroupement des villages autour d'une école, d'un dispensaire, d'une salle culturelle, d'un terrain de football... Le village centre disposait d'un système d'adduction d'eau et d'un système électrique par gazogène. Cette nouvelle organisation est fondée sur une vision de la forêt très différente de celle des bénéficiaires. Ces derniers considèrent la forêt comme espace de vie (des forces naturelles), alors que dans sa conception, la forêt est envisagée uniquement comme ressource ligneuse. Même si le principe du gazogène qui en est à la base est intéressant, le principal inconvénient provient de son rendement global assez faible (on estime qu'un camion alimenté par un gazogène consommerait environ 100 kg de bois au 100 km). Au bout de quelques mois, après avoir épuisé le stock de bois mort, les populations ont renoncé à l'abattage des forêts. Ne pouvant plus disposer d'électricité, la conservation des médicaments s'est avérée hypothétique, le poste téléviseur de la salle culturelle ne pouvait plus être alimenté. Tous les éléments clés du village de référence ont disparu un à un et les populations ont repris leur mode de vie habituel. Ces quelques exemples mettent en exergue l'importance de la culture comprise ici comme diverse, c'est-à-dire reposant sur la variété des traditions et des croyances. L'adaptation des savoirs aux contextes pratiques des individus et des collectivités est donc le fondement du changement. Elle suppose au fond une sorte de métaculture ou une culture interconnectée, non pas uniformisante, mais respectueuse de la diversité des mentalités, c'est-à-dire de la grande variété des choix selon laquelle les hommes donnent symboliquement sens et qualité à la vie.

La langue comme moyen de renforcement des compétences

La langue est un puissant facteur et un moyen privilégié de capacitation et de renforcement des compétences des citoyens, de développement de la créativité, de l'innovation et de construction des savoirs, de la connaissance. Or, la connaissance, et en particulier la connaissance scientifique, est le moteur du changement. Peut-on réellement parler de développement, en particulier durable et endogène, et surtout de « *bonne gouvernance* » quand plus de la moitié de la population d'un pays demeure en marge de la masse d'informations stratégiques qui concourent à la gestion du pays, puisque diffusées dans une langue qu'elle ne maîtrise pas ?

En réalité, dans la plupart des pays du Sud dont la langue officielle est celle héritée de la colonisation, le développement se fait essentiellement par et pour l'élite minoritaire, la majorité des acteurs étant peu ou pas impliquée dans les programmes de développement mis en place et gérés dans une langue qui n'est pas la leur. L'usage quasi exclusif des langues européennes comme langue de communication scientifique au détriment même des grandes langues sous-régionales ne favorise pas la dissémination du savoir.

La marginalisation des langues africaines, une des conséquences de la colonisation et des politiques mises en œuvre par les États postcoloniaux, a conduit à l'intériorisation, au sein des populations, d'un sentiment d'infériorité vis-à-vis des langues héritées de la colonisation qu'il fallait maîtriser pour ne pas être en marge des prises de décision et de l'exercice du pouvoir.

En effet, comment peut-on envisager une quelconque conscientisation des populations à la base en dehors de leurs langues ?

Conclusion

Les TIC, bien que faisant de la diversité un principe essentiel, oublient la majeure partie de la population mondiale, celle qui a une autre vision de la « *bonne vie* ». Ainsi, la mondialisation ressemble fort à un universalisme, avec le risque de devenir un fondamentalisme. C'est en cela qu'elle pourrait être facteur d'assujettissement, plus que le changement escompté. En effet, la technologique semble épouser une vision sociétale qui conviendrait plus aux marchands de la connaissance qu'aux populations des pays en développement. Au lieu de vendre la modernité, elle devrait promouvoir le bien-être sous toutes ses formes. Les TIC ne devraient donc pas uniquement donner les recettes universelles

du changement, mais elles devraient permettre d'interroger la mémoire qui nourrit la réalité culturelle et de dialoguer avec la complexité. La non prise en compte de cette mémoire entraîne la résistance farouche des sociétés, qui se refusent à subir les coûts énormes des stratégies et des programmes qui ont été incapables de les sortir de l'enlisement ou les enfoncent dans les mesures d'austérité dictées par les institutions financières internationales.

La notion de crise des savoirs, déjà évoquée par Cheik Hamidou Kane, trouve tout à fait sa place dans ce débat. En effet, une connexion des pays en développement, qui ne serait pas précédée de moyens de production nécessaires, n'aura pour conséquence que le renforcement de l'importation de « *dynamiques du dehors* ». C'est sans doute le lieu d'interroger la place des savoirs dits traditionnels dans le changement social et dans la circulation mondiale des flux. De même peut-on parler de développement quand 75 à 85 % de la population d'un pays ne sait ni lire, ni écrire dans sa langue maternelle, qui, au reste, n'a même pas le statut de langue officielle ?

La nécessité de valoriser et de promouvoir les langues des pays du Sud nous paraît être la base réaliste pour l'amorce d'un véritable développement des pays du Sud. Il s'agit donc de faire en sorte que ces langues deviennent de véritables moyens de formation, d'information et de communication des citoyens à tous les niveaux, en vue de garantir une plus grande participation des « *masses laborieuses* » dans le processus de développement. Mais, le fait que la culture soit le moteur de tout changement ne signifie en aucun cas qu'il suffirait de revenir aux « *cultures ancestrales* » pour « *recoller* » au développement. Il ne suffit pas non plus de rejeter les langues héritées de la colonisation. Celles-ci font désormais partie du patrimoine historique des pays du Sud. La solution consisterait à concevoir et promouvoir une politique des langues et une politique de développement qui tiennent compte de la complémentarité des langues locales et des langues officielles héritées de la colonisation.

Les TIC disposent d'importantes possibilités pour l'acheminement des données et la circulation d'informations. C'est donc en s'appuyant sur ces potentialités qu'elles participeront à l'amélioration des objectifs du millénaire. Or, les institutions qui le préconisent excluent des débats les autres questions liées au changement. Confrontés au poids de la dette, aux marques de la colonisation, au caractère exogène du développement, à la différence des temporalités, l'apport des TIC devient futile.

Bibliographie

ARDOUREL, Y. 2002, « Plates-formes numériques pour la formation et les apprentissages. Introduction de la notion d'acceptabilité », *Les recherches en information et communication et leurs perspectives*, actes du Congrès national de la Société Française des Sciences de l'Information et de la communication, SFSIC, Marseille, 2002, pp. 115-123.

ALAIN M., 1996, *Prendre en main le changement : Stratégies personnelles et organisationnelles*, Montréal, Editions Nouvelles, 313 pages.

BERRIGAN F., 1981, *Les médias communautaires et le développement*, Paris, Unesco, 48 pages.

BRASSEUL J., 1989, *Introduction à l'économie au développement*, Paris, Armand Colin, 372 pages.

BRETON P., 1997, *L'utopie de la communication*, Paris, La Découverte, 151 pages.

DURKHEIM E., 2004, *Les règles de la méthode sociologique*, Paris, PUF, 149 pages.

GONORD A., MENRATH J., 2005, *Mobile attitude, ce que les portables ont changé dans nos vies*, Paris, Hachette, 276 pages.

JOUËT J., 1979, « Critique de l'utilisation des médias légers dans le Sud », *Revue du Tiers Monde*, tome XX, p. 549-562, avril/juin.

- JULLIEN F., 2008, *De l'universel, de l'uniforme, du commun et du dialogue entre les cultures*, Paris, Fayard, 262 pages.
- KIYINDOU A., 2010, *TIC et développement socio-économique*, Paris, Hermes-Lavoisiers, 216 pages.
- KIYINDOU A., 2009, *Les pays en développement face à la société de l'information*, Paris, L'Harmattan, 267 pages
- KIYINDOU A. (dir.), 2008, *Communication pour le développement, dispositifs et pratiques professionnels*, Bruxelles, EME, 300 pages.
- KIYINDOU A., MATHIEN M., 2007, *La liberté d'expression face à l'évolution économique libérale*, Bruxelles, Bruylant, 400 pages.
- KIYINDOU A., 1999, *Information et milieu rural au Congo, le cas des régions du Pool et des Plateaux*, Lille, Septentrion Presses Universitaires, 538 pages.
- LAULAN A., s.d. « Information vs communication ? », *Espace social de la communication*, Paris, Retz, 153 pages
- Le COADIC Y., 1997, *Usages et usagers de l'information*, Paris, Nathan, 127 pages.
- MATHIEN M., 1989, *Le système médiatique*, Hachette, Paris, 318 pages.
- M'BOKOLO E., 1993, *Développement, de l'aide au partenariat*, La Documentation française, Paris, 269 pages.
- MUMFORD L., 1967, *Le mythe de la machine*, Paris, Fayard, 153 pages.
- PERRIAULT J., 1989, *La logique des usages*, Paris, Flammarion, 254 pages.
- TEMPELS P., 1945, *La philosophie Bantoue*, Elisabethville, Lovania, 125 pages.

AXE 1 :

TIC et potentialité d'ouverture, de désenclavement et de valorisation des territoires de toutes sortes

Internet et la communication interculturelle des pays du Sud

Sylvie P. Alemanno <parrini@unice.fr>

Zineb Charaï <charaizineb@gmail.com>

Laboratoire de recherche I3M / Université de Nice Sophia Antipolis

L'usage des nouveaux médias a provoqué d'une part l'explosion des communications internes et externes dans les pays du Sud et une profonde restructuration des représentations et considérations sur le monde occidentalisé, d'autre part le maintien d'une « fracture numérique » qui provoque notamment dans le monde du tourisme des ruptures de sens dans la rencontre entre les visiteurs et les locaux. Nous posons l'hypothèse que ce processus touristique généré par Internet est une métaphore qui éclaire la nécessité de la prise en compte des publics et de leur possibilité-capacité d'accès à Internet et que celle-ci relève d'une éducation interculturelle bilatérale Sud-Nord.

Introduction : Numérique porteur de sa fracture

Dans les pays du Sud, l'émergence des TIC et des nouveaux usages qui les ont accompagnés, ont profondément modifié l'ordre sociopolitique et culturel des ces pays, par l'ouverture, plus ou moins contrôlée d'ailleurs, au reste du monde. Ce phénomène s'est étendue grâce à l'abolition virtuelle des distances terrestres entre les peuples et à l'exploitation des nouvelles technologies à grande échelle, ouvrant à l'accélération des « rencontres » de cultures, en modifiant la forme suffisamment pour susciter l'intérêt des chercheurs en sciences de l'information et de la communication. En effet, *si le projet anthropologique reste l'étude des cultures dans leur diversité, celles-ci doivent se penser dans leur mutation au contact des processus de mondialisation, de l'interaction entre les pays et les cultures, engendré par l'interaction des moyens de communication mondiales* (Rasse, Midol, Triki, 2002).

A observer les révolutions sociales et politiques récentes et à l'aune du printemps Arabe, Internet et plus particulièrement les réseaux sociaux, considérés comme un outil politique de premier ordre pour les pays émergents de la Méditerranée, connaissent un bond vertigineux¹. Néanmoins, l'enjeu des TIC ne saurait se cantonner uniquement à des fins politiques. En effet, l'intérêt de l'usage des nouvelles technologies dans les pays du Sud connaît bien d'autres finalités, qu'elles soient d'ordre économique ou bien encore d'ordre social et culturel. En effet, les pays du Sud et plus précisément ceux du Maghreb, n'ont pas d'autre choix que de s'adapter à l'économie du marché mondial au risque de se retrouver marginalisés, de même les TIC offrent à la population lésée des pays du Sud une opportunité de voyage virtuel et d'ouverture à la diversité culturelle du monde, pour autant que cet échange international s'accompagne d'une éducation interculturelle. Les TIC et leurs usages dans les pays émergents apparaissent ainsi d'autant plus importants, en raison de la faiblesse des autres moyens de communication et l'insuffisance des disponibilités de l'information - à ce propos la censure journalistique pourrait être interrogée -.

L'usage de ces nouveaux médias avait déjà entamé des communications accrues internes aux pays en question et une profonde restructuration, ainsi que des représentations et considérations sur le monde occidentalisé, alors même que l'image des pays du Sud méditerranéen se trouvait dichotomisée par Internet entre l'image d'une grande pauvreté et celle de lieux touristiques

¹ En effet, la rapide progression en matière de technologies de ces pays, a engendré l'avènement de la société de l'information et de la communication, mais aussi celle de l'économie du savoir et de la connaissance. Pourtant, la population des pays du Sud a mis du temps à apprécier l'intérêt de l'utilisation de ces nouvelles technologies. C'est en effet, lors des toutes premières révolutions du monde Arabe qui ont eut lieu en Tunisie, que le peuple a compris que *le savoir est le pouvoir* (Francis Bacon, 1597) en s'appropriant les réseaux sociaux et en conduisant le pays vers une révolution populaire et sociale sans précédent.

paradisiques. Dans ce sens, la rencontre interculturelle entre les touristes occidentaux et les autochtones, quand elle a lieu, se fait sur un terrain d'inégalités observables, que ce soit au regard des dimensions culturelles, intellectuelles ou économiques. Internet contribue à complexifier de la fracture numérique. En effet, les distorsions représentationnelles symbolisent un danger pouvant altérer plus ou moins fortement les relations entre les touristes et les habitants locaux. Aucune éducation spécifique à la rencontre interculturelle n'apparaît sur Internet, qu'elle soit en direction des touristes ou des populations hôtes. Portant cette dernière se présente comme une grande nécessité afin d'améliorer le dialogue interculturel et de pérenniser le maintien de la diversité culturelle mondiale.

Entre fracture et fossé : Quand le numérique oublie ses publics.

Relativement à ce contexte, notre réflexion, spécifiquement dans le champ du tourisme et de l'interculturel induit par les rencontres qui le constituent, s'articule autour de cette nouvelle axiomatique de la société mondialisée de l'information marquée, pour les pays du Sud par la « fracture numérique »¹, mais aussi par le fait que le véritable enjeu, comme le dit (A. Kiyindou, 2009) *n'est pas l'information mais les conditions de sa réception et de son utilisation. C'est réintroduire la culture (...pour permettre) aux êtres humains de comprendre le monde dans lequel ils vivent.*

Ainsi, si on tient compte de la nouvelle donne, générée par Internet, on remarque que les pays du Sud, comme tous les autres d'ailleurs, sont marqués par une « fracture numérique » pour laquelle, comme nous l'avons précisé (Cf. note de bas de page 2), l'accès dans sa double acception physique et cognitif, ne permet pas son utilisation à certaines catégories de population. En effet, les disparités liées aux inégalités d'accès et d'usages aux TIC sont plus fortement marquées au sein même des pays du sud, entre les zones urbaines denses et les zones rurales. Palier à cette fracture paraît difficile à réaliser, même si certains pays du sud, tel que le Maroc, travaillent à sa réduction en interne, à travers des politiques nationales et des investissements menées essentiellement en direction du développement de la connectivité. Ainsi, la « fracture numérique » qui représente les écarts technologiques en termes d'accès et d'usages, existants entre les pays du Sud et les pays industrialisés, subsiste également à l'intérieur même des pays émergents à travers la production de réelles inégalités face à l'accès à l'information, notamment par Internet. Ce phénomène s'explique non seulement par des raisons matérielles (coût encore trop élevée pour la classe sociale moyenne marocaine de l'équipement technologique), mais aussi et surtout à cause de la faiblesse de l'enseignement et de l'éducation nationale (le Maroc connaît encore un taux trop élevé d'analphabétisme, 30% à peu près en 2010).

Pourtant si l'on observe les conditions de réception de l'information et son utilisation par des populations visiblement non préparées et non adaptées, ne nécessiteraient-elles pas une sorte d'éducation culturelle pour faire évoluer les mentalités, les points de vue et les représentations d'Internet, afin d'étendre la vision de leur environnement immédiat et plus lointain ? Dans ce sens, la « fracture numérique » qui représente entre autre les inégalités d'accès aux technologies informatiques, recouvre le schisme entre les « info-émetteurs » et les « info-récepteurs ». Les théories de la réception, avec notamment les études portant sur les transferts culturels ou sur ceux de l'école de Constance (Jauss, 1978, Starobinski, 1978) mettent en avant le clivage existant entre les informations émises et les significations qu'en dégagent les récepteurs dans la mesure où le texte, ici les écritures numériques, doivent être appropriées par la lecture qui leur donne alors du sens. Ainsi que le dit Jauss parlant de l'œuvre d'art,

¹ La définition de la fracture numérique marque une disparité entre les pays riches et pauvres, ceux dits du Sud et ceux du Nord, entre les régions rurales et urbaines d'un même pays, d'accès aux TIC et plus particulièrement à Internet, entre les « info-émetteurs et les info-récepteurs » pour reprendre l'expression de Eric Guichard en 2003, (INRIA, ENS, 4 septembre 2004). (Cf. /articles/Guichard-mythe-fracture-num.html). En deçà de la définition quelque peu « grossière » comme le note l'auteur, nous tenons compte d'un paramètre radicalement important pour nous contenu le fait qu'« on découvre (...) une profonde ségrégation cognitive consécutive à la diffusion des systèmes d'écriture numérique », et donc les difficultés d'accès à Internet seraient avant tout relatives à cet écueil.

propos qui peuvent s'appliquer aux images numériques, il ne s'agit pas *seulement de représenter le réel mais aussi de le créer* (Jauss, 1978, 33) Il s'agit bien de la relation entre l'auteur et son ou ses publics. Ainsi, la prise en compte des différents publics paraît nécessaire, dans le sens où ces derniers sont socialement et culturellement déterminés. Il faut donc adapter les discours et les supports iconiques en fonction de l'appartenance socioculturelle du ou des publics visés, car la réception et les significations qui l'accompagnent jouent un rôle dans la formation des identités individuelles et sociales, ainsi que celle des représentations. Dans le cas précis de notre recherche, le danger identitaire est d'autant plus présent puisqu'il s'agit d'opposer les représentations sociales et culturelles que se font les touristes du lieu et des populations à visiter, à l'image vécue et agie des locaux relativement à leur propre réalité. Dans ce sens, et afin de minimiser le plus possible les divergences en matière de réception de l'information, nous reprenons les trois postulats indispensables au succès de la réception que J.L. Austin décrit en 1962: *des conventions socioculturelles communes à l'émetteur et au récepteur ; des procédures acceptées ; la disponibilité des participants.*

Problématique : Complexité interculturelle et Internet, la métaphore du tourisme

Dans un contexte de mondialisation, l'impact de l'utilisation des TIC par la population locale, sur le développement social et culturel est non négligeable, spécifiquement pour un pays nord africain tel que le Maroc, qui se trouve être un des récepteurs du tourisme mondial. Ce dernier présente un domaine d'étude particulièrement représentationnel des inégalités observables entre les touristes conditionnés à la rencontre interculturelle d'une part et les habitants locaux, qui se trouvent être dans des conditions contraires. En effet, le tourisme est une métaphore de la situation que vivent les pays du Sud, car les touristes trainent avec eux collatéralement une image de pseudo richesse occidentale face à des populations d'accueil qui vivent dans la misère, mais qui détiennent tout de même un potentiel d'authenticité locale qui intéresse les touristes. La situation est complexe car l'activité touristique censée être porteuse d'ouverture à la diversité culturelle du monde, tend à pérenniser voire à enkyster, les disparités socioculturelles et matérielles entre les différents peuples du monde en contribuant à creuser le faussé.

Nous tâcherons ici d'éclairer le rapport entre la réception et les usages d'Internet par les populations d'accueil et de mettre en avant le choc culturel qu'induit la rencontre interculturelle des touristes et des populations hôtes. Notre travail de recherche consistera d'une part en la confrontation de la représentation pour ces derniers d'un occident perçu comme riche et donc supérieur au sens de Levi Strauss (culture forte et faible). Et d'autre part, définir les représentations iconiques et textuelles véhiculés par les sites web touristiques et de la comparer ensuite aux représentations que ce font les habitants locaux de leur propre image.

Etude de terrain : La ville de Fès

Fès et sa profondeur historique

Fès représente la plus vieille entité du royaume Marocain. Edifiée au début de l'IXème par l'imam Moulay Idriss II, elle a 1203 ans d'existence aujourd'hui. La ville de Fès possède la plus grande Médina (vielle ville) du monde. De nos jours la ville de Fès s'impose comme la capitale culturelle et spirituelle du Maroc et se trouve être la doyenne des villes impériales du pays. Elle est également classée au patrimoine mondial de l'UNESCO depuis 1981 à part entière (Monuments historiques; Activités commerciales et artisanales ; Mode et habitudes de vies, etc.).

Dans le domaine des nouvelles technologies de l'information et de la communication, la ville de Fès et plus généralement le royaume du Maroc, par sa situation géographique stratégique et son ouverture politique et sociale à l'Europe, a pu, régulièrement se tenir au

courant des nouvelles mutations technologiques et de les suivre dans la mesure du possible. « ...Le monde aujourd'hui vit des évolutions civilisationnelles, scientifiques et technologiques fondamentales. Chaque jour qui passe nous apporte son lot de nouveautés. Parmi les éléments les plus marquants de ces changements, la mutation des systèmes de production et des modèles de consommation, l'émergence des nouvelles technologies de l'information et de la communication et le développement rapide des services vont amplifier la mondialisation, la globalisation des marchés et l'internationalisation des acteurs. » a déclaré feu S.M le roi Hassan II à l'occasion des deuxièmes journées nationales de télécommunication en 1994.

Fès et sa modernité numérique

La volonté du Maroc d'entrer dans l'ère des nouvelles technologies de l'information et de la communication se concrétise avec sa stratégie nationale menée par le SEPTTI (Secrétariat d'état auprès du premier ministre chargé de la poste, des télécommunications et des technologies de l'information), qui vise à l'insertion de l'ensemble de l'économie marocaine dans la société de l'information. Le SEPTII, qui représente une institution étatique succède en 1998 au ministère des poste et de la télécommunication crée en 1956, juste après l'indépendance du pays. L'introduction d'Internet dans le pays remonte à 1995 et au fil des années, le secteur des TIC a connu une évolution, allant dans le sens d'une volonté politique, qui a conduit à la mise en place de nouvelles normes tel que la création de l'agence nationale de réglementations des télécommunications (ANRT) et l'octroi de nouvelles licences télécom, après celle de Maroc télécom entre autre. Après avoir fait état des efforts consentis par le Royaume pour mettre en place des infrastructures de télécommunications conformes aux standards internationaux et créer des zones dédiées à l'offshoring dans plusieurs villes marocaines, notamment la ville de Fès, le Maroc est considéré aujourd'hui comme une plateforme attractive pour accueillir les activités de services délocalisés par les entreprises européennes. Ceci dit, bien que le Maroc représente une plateforme d'insertion des nouvelles technologies, leurs accès et leurs usages ne concernent de nos jours encore qu'une infime partie de la population.¹

Outre le coût non négligeable des installations technologiques, le Maroc regorge de contraintes multiples, tel que la faiblesse des infrastructures de base, la défaillance du système éducatif et celui de la recherche, ainsi qu'un faible taux de pénétration informatique. La portée informationnelle d'Internet se présente alors comme l'un des atouts majeurs de cet outil numérique au sein des pays émergents comme le Maroc, et représente une source inépuisable d'information, de connaissance et de savoir.

Nous nous sommes attachés ici à mettre en avant la dimension informationnelle de l'outil Internet, plus que celle de la communication, qui concerne entre autre les réseaux sociaux, qui sont une version plus élaborée d'Internet via le web 2.0 et qui se trouve être encore plus éloigné de la portée des populations pauvres. Et ce, malgré leurs utilisations massives pendant les révolutions du monde Arabe.

Perspectives méthodologiques

Pour éprouver notre réflexion, nous avons mené une étude au Maroc, plus précisément dans la ville de Fès, sur l'influence d'Internet quant à la représentation de la ville et ses effets sur les (re)compositions sociales qu'elle provoque chez les marocains dans le cadre particulier du tourisme. Cette situation montre par l'aspect métaphorique que nous évoquons, la complexité attachée à Internet et certains de ses effets comme la persistance de la fracture

¹ D'après une enquête réalisée en 2010 par l'ANRT, seulement 25% des ménages seraient équipés d'Internet. Bien que ce chiffre, montre une évolution considérable (+ 5 points par rapport à 2009), il n'en reste pas moins que la majorité de la population n'a pas accès à Internet, qui ne l'oublions pas, représente la technologie la plus répandue dans le monde entier.

numérique. Cette question est d'importance pour l'économie, la société et la politique du Maroc. Le tourisme représente en effet une activité non négligeable pour l'économie marocaine et constitue l'une des occasions les plus fréquentes de rencontre entre les différentes cultures. Nous nous attacherons ici à éclairer, selon le point de vue d'un interculturel revisité par Internet, surtout informationnel, un autre versant du tourisme socio-économique en Méditerranée. Dans ce sens, nous proposons une étude basée sur une précédente analyse des sites web touristiques de la ville de Fès et de sa Médina. Ce premier recueil de données a permis d'identifier l'image représentative de Fès, celle que les sites Internet à visée touristique véhiculent, et de la confronter ensuite à l'aide d'une enquête qualitative, à l'image réelle que se font les marocains des représentations virtuelles de leur propre pays. Ainsi, notre enquête se compose de deux parties :

1. Analyse par catégorisations de type fonctionnaliste de l'ensemble des sites web touristiques représentatifs de la ville de Fès et de sa Médina, basée sur les méthodes d'analyse qualitative en sciences humaines et sociales (Mucchielli, 2003). Nous avons analysé la présentation de la page de garde des sites web et de la description de leurs catégories ainsi que celle de leurs rubriques. Subséquemment, nous avons pu montrer que le contenu du message envoyé par les sites et par là même les représentations iconiques et textuelles de la ville de Fès¹. Cette recherche a concerné 7 sites web (Alemanno, S. P., Charaï Z., 2010). L'analyse des sites web a montré que la qualité médiocre de ces derniers et leur standardisation à grande échelle, ont conduit à la réduction de la ville de Fès à n'importe quelle autre ville orientale à travers la normalisation des critères attendus par les touristes (couleurs, objets artisanaux, personnes etc.). Ces éléments concourent à ôter à la ville de Fès ses spécificités socio-culturelles et d'une certaine façon son authenticité et son unicité. La préservation de son patrimoine tant matériel, qu'immatériel, notamment celui de sa Médina, n'est pas évoqué et préconisée comme une particularité touristique potentiellement plus intéressante. Dans ce sens, les effets des représentations vitalisées par les sites web touristiques, incitent alors à une uniformisation touristique et contribuent à un « vulgus tourismus » qui ne s'attacherait qu'à l'exotisme du déplacement, accompagné de tous les éléments qui le composent (hébergement, restauration etc.). Bien qu'Internet ait tendance à installer des processus de normalisation dans tous les domaines de la société (économie, technologie, politique etc.), le tourisme connaît une normalisation d'un genre particulier. Ainsi, le tourisme inducteur de contacts et d'échanges internationaux, peut être considéré comme une évolution interculturelle, car il tend logiquement à l'homogénéisation du monde et donc s'inscrit dans le processus mondial de standardisation des échanges commerciaux, sociaux et politiques. Dans ce sens, si le tourisme représente une activité génératrice de rencontres pluriculturelles, la standardisation des expositions touristiques sur Internet, mettrait en péril le fonctionnement d'une communication interculturelle évolutive et efficace en termes de rencontres. D'autre part, la mise aux normes du secteur touristique à l'échelle internationale, représente un danger potentiel pour la pérennisation de la diversité culturelle mondiale, ainsi que pour l'unicité et le particularisme de chaque culture. Cette généralisation touristique à l'échelle internationale tend à réduire au même niveau l'ensemble des sites touristiques de la planète en effaçant les spécificités socioculturelles des différentes cultures du monde.

2. La deuxième partie méthodologique de notre recherche concerne une enquête qualitative menée au courant du mois de Décembre 2011 au Maroc, et plus précisément au sein de la ville

¹ Alemanno, S.P., Charaï, Z., Rencontres multiculturelles et danger identitaire ; Fès et son tourisme, Colloque *Tic et construction du lien social dans la multi culturalité*, Juin 2011. Cette étude a été conduite préalablement, lors d'une précédente communication qui a eut lieu en Juin 2011 au sein du colloque international de Tice med à Barcelone.

de Fès, auprès des guides touristiques, en particulier dans la Médina¹. Et ce, en raison de la structure urbaine unique au monde de cette dernière, édifiée à partir d'un modèle de labyrinthe, qui fait qu'il est très difficile pour une personne étrangère à la ville de ne pas s'y perdre. Cette configuration géographique ainsi que les raisons de sécurité, poussent l'ensemble des touristes étrangers de la ville de Fès, à quelques exceptions près, à faire appel aux services des guides touristiques. Dans ce sens, la personne du guide touristique nous a paru être la plus pertinente pour étudier les représentations que se font les marocains de leur propre pays et les confronter à celles véhiculés par les sites Internet nationaux à visée touristique. Ainsi, le guide touristique est l'acteur le plus souvent au cœur des échanges interculturels.

Les résultats révèlent que, dans le discours des guides touristiques, nous avons pu noter notamment, que ces derniers véhiculent l'image d'une ville magnifiée, exotique et unique au monde. Le caractère unique de la ville de Fès représente un élément commun à tous les sujets interrogés. Ils ont en effet, tous insistés sur l'unicité de la ville de Fès plus d'une fois. Leur discours paraît logique si l'on tient compte de la puissance historique de la ville, tant sur le point culturel et intellectuel, que par sa dimension économique et commerciale ancestrale. On constate aussi que leur discours est redondant avec la description qu'en donnent les sites et donc la réception en sera orientée, l'opinion confortée. La réduction de Fès par les sites web à n'importe quelle autre destination touristique mondiale lui porte préjudice. En effet, la ville de Fès se trouve être d'une très grande attractivité pour les passionnés et les amateurs de culture et de patrimoine, tandis que les non connaisseurs, mais qui ont tout aussi soif de connaissance et de culture, reste à la marge et rate ce que nous pouvons appeler une authenticité de la Medina et de la ville de Fès, en se basant uniquement sur l'image véhiculée par les sites Internet. Les attitudes, plaisirs et centres d'intérêt des touristes montrent souvent une incompréhension culturelle et par là même des ruptures interculturelles irrémédiables croisées. Ainsi, les représentations de la ville de Fès sur Internet, bien qu'elles soient mirifiques et rassurantes pour les futurs visiteurs, sont attendues, mais idéalisées car elles répondent aux critères des normes touristiques mondiales. Ces dernières sont susceptibles de réduire voir même de gommer la diversité culturelle et l'unicité de chaque culture, dans le sens où elles sont construites à partir de stéréotypes culturels et pérennisent les préjugés sociaux. Pour ce qui est de la confrontation des images de Fès véhiculées par Internet et des représentations que ceux font les marocains de leur propre pays et culture, les écarts sont sensiblement visibles. D'une part nous avons les touristes qui s'attendent à découvrir un pays nord africain, à l'image de toutes les autres sociétés en développement (extrême pauvreté, analphabétisme etc.) où ils pourront profiter d'un grand luxe à petit prix, tandis que les hôtes cherchent à faire connaître un site culturel unique au monde, qui représente à leurs yeux le patrimoine légué par les générations ancestrales et l'apogée de leur civilisation. Ainsi, on remarque à quel point les images touristiques standardisées d'Internet transforment la réalité et engendrent des représentations faussées, ce qui contribue à l'opposition d'un occident riche et éduqué, face aux pays en développement pauvres et lésés, dont les pratiques culturelles et les habitudes de vies paraissent dépassés voir même parfois barbares aux yeux des touristes Européens qui n'ont pas eu l'occasion de connaître et de comprendre cette culture.

Dans ce sens, nous pouvons envisager l'interculturel et l'éducation qui l'accompagne, comme une didactique culturelle indispensable pour une inter-éducation croisée des touristes sur d'autres réalités du pays à visiter et les guides touristiques sur ce qu'Internet véhicule comme image du même pays. Tous les publics doivent pouvoir se repérer dans le village global, au sens de D. Wolton (2003). Il apparaît évident que les modes de réception des publics

¹ L'enquête qualitative a été menée auprès de 8 sujets, exclusivement masculins, âgés de 45 à 60 ans, à partir d'entretiens semi-directifs, conçus à l'aide d'une grille thématique d'entretien. Ces derniers ont été enregistrés sur une bande magnétique et retranscrits entièrement. L'étude des entretiens s'est basée sur une analyse de contenu, à partir de la méthode de L. Bardin (1977), selon trois méthodes d'analyse : analyse thématique, analyse énonciative et analyse séquentielle.

qu'il soit occidentaux dans leur capacité d'accès à Internet ou ceux des locaux sont en question dans la réflexion d'une éducation interculturelle car elle est profondément liée à l'inégalité de traitement que ces publics ont de l'outil Internet.

Conclusion et ouvertures

Nous pouvons voir combien les effets d'une interaction entre les espaces de production et de réception du registre touristique, ont le pouvoir de porter une transformation de la société par les rencontres et les changements interculturels qu'elles induisent. Pourtant force est de s'interroger sur les « déformations » socio-économiques qui sont en cours à travers les images que véhicule Internet et de veiller à ce qu'une éducation permettent la préservation d'une authenticité, dans le sens du respect des cultures anciennes, de leur traditions et de leurs identités. Si Internet contient un dangereux processus d'uniformisation occidentaliste et capitaliste, il porte aussi un potentiel de formation et d'éducation non négligeable selon les sémiotiques qu'il développe et l'usage qu'on en fait.

La question de la « bonne » image à véhiculer, qui appartient aux pays même et non aux pays occidentalisés, reste ouverte mais sensible car l'emprise de la norme touristique en vigueur, s'exerce plutôt dans le sens d'une pression économique qui ne prend pas en compte les différents types de publics. La norme peut-elle être évolutive ? Internet « idéal de la modernité » comme dirait Wolton (1997) ne tend à occidentaliser - toutes représentations-jusqu'à aplatir la diversité culturelle, qu'à partir du moment où les pays du Sud s'y ressouderaient. Or la prise en compte des publics par les politiques locales interculturelle viendra en contre balance des représentations « marketing » virtualisées pour réduire le décalage si ce n'est actualisent par un processus d'appropriation une réelle mutation anthropologique et sémiotique ici en l'occurrence de la ville de Fès.

Bibliographie

- ALEMANNI S. P., CHARAI Z., 2011, « Rencontres multiculturelles et danger identitaires : Fès et son tourisme », *Tice et construction du lien social dans la multiculturalité*, Barcelone, Colloque Tice Med
- AUSTIN J.L., 1962, *Quand dire c'est faire*, Seuil
- BACON F., 1597, *Essais de morale et de politique*, l'Arche
- BARDIN L., 2007, *L'analyse de contenu*, Paris, PUF
- JAUSS H. R., 1978, *L'histoire de la littérature: un défi à la théorie littéraire, Pour une esthétique de la réception*, Paris, Gallimard, coll. "TEL"
- KIYINDOU A., 2009, *Fractures, fragmentations et mutations de la diversité des cultures numériques*, Hermès Lavoisier
- RASSE P., MIDOL N., TRIKI F., 2002, (sous la direction de), *Unité-diversité : les identités culturelles dans le jeu de la mondialisation*, l'Harmattan, Collection Logiques sociales
- STAROBINSKY J., 1978, "Préface", *Pour une esthétique de la réception*, Paris, Gallimard, coll. "TEL"
- WOLTON D., 2003, *L'autre mondialisation*, Paris, Flammarion
- WOLTON D., 1997, *Penser la communication*, Paris, Flammarion

Le citoyen est partout mais reste introuvable

Julien Angelini <julien.angelini@u-bordeaux3.fr>

UMR CNRS LISA 6240 Université de Corse

Laboratoire MICA EA 4426 Université de Bordeaux 3

La question posée ici est celle de la force ou du poids des échanges prenant part à l'espace immatériel dans la construction des représentations sociales du changement. Nous souhaitons discuter des attentes parfois trop grandes de la valeur dynamique des Tic dans l'animation de l'espace public. Nous traiterons également des formes et modalités d'accès d'une communauté territoriale à un outil ne pouvant à lui seul constituer un espace public.

Il nous sera permis dans cette communication de proposer un regard sur les questions liées à la citoyenneté, à l'espace public et au développement local à travers le prisme d'un territoire insulaire méditerranéen, la Corse. Nous avons travaillé depuis quelques années sur la capacité des Tic à constituer un facteur de désenclavement territorial voire un facteur de renforcement d'un espace public défaillant. Alors le constat est mitigé. Evidemment il faut favoriser le raccordement des populations à des réseaux à haut débit, voire très haut débit, afin de permettre aux citoyens de participer à l'infosphère électronique. Cependant, nous resterons critiques quant à la pensée positiviste qui semble accorder aux réseaux sociaux numériques des vertus émancipatoires excessives. Il nous semble en tous cas prématuré de parler de *cyber-révolution* lorsque l'on traite des soulèvements populaires survenus récemment dans les pays du Maghreb.

Nous fournissons ici les éléments de compréhension d'une étude de cas qui n'est pas centré sur les Tic, mais plus largement sur les traces laissées par le débat public dans le registre public de la communication et de l'information. Nous avons souhaité démontrer la complexité ainsi que la diversité des formes prises par les messages dès lors qu'ils investissent l'espace public. Les réseaux sociaux numériques ont la capacité de contourner certaines formes de censure mais ne constituent pas en soi un nouvel espace public. Pour être plus précis, nous avancerons que s'ils sont certainement des outils d'information, il serait selon nous dangereux de certifier aujourd'hui qu'ils constituent un véritable espace de communication.

Ainsi notre volonté est comparative. Dans notre exemple il ne s'agit de révolution, mais peut-être d'une forme de révolte citoyenne. La prise de position de cette contestation dans l'espace public est un processus complexe que nous avons tenté d'analyser.

Contexte et cadre théorique de l'étude

Le travail présenté ici met en jeu la notion de développement local. Ainsi, nous nous situons dans une échelle territoriale limitée. Ce territoire n'est pas celui de la commune, du département ou de la région. Ses limites sont floues et sa définition est complexe. Il est investi et vécu par une partie d'une population. Nous pensons qu'un territoire est défini par les acteurs qui le composent. Cela nous amène à nous intéresser aux modèles de développement des territoires. L'aménagement du territoire est en France historiquement conçu dans une vision descendante, c'est-à-dire correspondant à des décisions élaborées par les pouvoirs publics sur la base de l'expertise technique, et appliquées dans une perspective descendante. Ce processus correspond au modèle de démocratie représentative et délibérative structurant les échelles de décision du niveau national au niveau local. Cette posture implique l'existence d'un système de communication de masse destiné à asseoir la légitimité des actions entreprises par le pouvoir en place.

Le problème se pose quand la population ou du moins une partie de la société civile est résistante au changement. Dès lors, la logique descendante est bousculée et c'est la démocratie elle-même qui est remise en question. Doit-on poursuivre un projet d'aménagement qui fait l'objet d'une forte résistance locale ?

Lorsqu'un projet ne naît pas d'une aspiration populaire locale, quand la communication descendante et linéaire ne suffit pas à convaincre un ensemble social d'un projet de développement territorial proposé par des décideurs investis d'une fonction d'autorité (politique, technique et/ou financière), alors les notions de développement et de projet territorial se trouvent profondément remises en question. Cette résistance se manifeste dès lors par l'opposition d'un autre système de communication organisé par un groupe d'acteurs portant la contestation. Un certain nombre de techniques d'information et de communication sont alors mobilisées pour alerter la population sur une possible manipulation de l'opinion, par une évacuation d'aspects majeurs du projet permettant de le remettre en question. C'est donc bien l'espace public en tant que force structurante de la vie démocratique qui est investi et qui devient le théâtre d'une dynamique de communication. Dans le cas du projet d'extension du port de Bastia, nous nous trouvons confrontés à ce type de problématique. La réaction de certains acteurs du territoire a créé un système communicationnel mettant au premier plan la question des représentations du développement et de l'appropriation du projet territorial. La situation d'attente quant à une décision formelle de la Collectivité territoriale de Corse dans ce dossier a laissé la place à une circulation d'information dans l'espace public, mettant en jeu l'évolution des représentations de l'essence même du projet.

La nature de notre approche nous amène à considérer que le cadre de référence général dans lequel nous nous situons est celui de la théorie systémique telle que définie par Alex Mucchielli, Jean Louis Le Moigne, Michel Crozier ; ainsi que celui de la pensée complexe comme proposé par Edgar Morin. Notre démarche d'analyse du système territorial s'appuiera également sur une conception constructiviste. Cela constituera un complément à notre approche communicationnelle. Cette posture répond à la nécessité de penser la circulation des hommes et des savoirs dans la société contemporaine. Ainsi, outre la systémique, nous nous référerons à la médiologie générale définie par Régis Debray et Daniel Bougnoux, puis à la notion d'espace public présentée à travers la théorie de l'agir communicationnel de Jürgen Habermas. Ainsi, l'intelligence territoriale appelle à la convergence pluridisciplinaire pour traiter des relations significatives sur le territoire, de leur émergence, leur médiation et médiatisation et de leur implication dans la construction de l'intelligence du territoire. Les collectifs humains évoluent sur des territoires ou bassins de vie. Le réel social est construit par et à travers les échanges entre les acteurs. En premier lieu l'intelligence territoriale s'intéresse aux relations significatives entre les acteurs. Elle peut être une approche pertinente dès lors qu'il s'agit de comprendre comment et dans quel but se déroule la médiation des initiatives individuelles dans le champ de l'action collective. Elle étudie les processus d'émergence de l'intelligence sociale et citoyenne dans le traitement des problématiques de gestion du local. C'est pour cela que ses objets d'étude sont essentiellement constitués des phénomènes d'information et de communication. C'est-à-dire des dimensions et des formes du lien interindividuel puis des contenus représentationnels transférés entre les acteurs. Ainsi, cette étude s'est limitée à une approche informationnelle et communicationnelle permettant de sonder la réalité complexe du système territorial. C'est-à-dire les formes et occurrences de l'expression des acteurs sur la question de l'extension du port de commerce de Bastia. L'objectif est de démontrer que l'existence d'un projet territorial initialisé par des pouvoirs publics et porté à la connaissance de la population, peut être à l'origine de l'émergence de l'intelligence du territoire.

Le cas du port de Bastia

Ce projet pourrait passer pour une simple question d'agrandissement d'un port de commerce, mais il recouvre en fait une complexité bien supérieure. Une des options des

porteurs de projet étant la construction d'un nouveau port à l'entrée de la ville, les points de contestations sont effectivement nombreux. Tout d'abord, nous prenons en compte l'envergure de la transformation morphologique du paysage bastiais à l'entrée du centre-ville. Il est probable qu'une telle modification du paysage impacte sensiblement les résidents locaux, ce qui pourrait alimenter les réactions et bousculer les représentations sur le plan du ressenti personnel. Ensuite, nous considérons l'importance de la mise en place du premier débat public organisé en Corse par la Commission nationale du débat public. Le nombre d'acteurs décisionnaires concernés et engagés dans la délibération première de la Collectivité territoriale de Corse est important. Mais la tenue d'un débat public, ouvert à l'ensemble des citoyens désireux de prendre part aux discussions, nous a semblé représenter un cas particulièrement intéressant à aborder. Une première étude des retombées médiatiques du débat public nous permet de constater deux choses qui retiennent notre attention. Le débat public semble faire l'objet d'une vive opposition entre des acteurs tenant des positions très contradictoires. Par ailleurs, à la lecture du bilan du débat public, il semble qu'aucun consensus solide n'apparaisse entre les parties prenantes. Ainsi, il nous apparaît que l'ouverture à la participation citoyenne dans le processus décisionnel concernant l'évolution du port de commerce de Bastia est bien un phénomène observable, du point de vue de la production et de la circulation de l'information, au sujet du développement territorial. Nous notons à ce sujet une caractéristique fondamentale de ce phénomène. Il s'agit du caractère obligatoire de la tenue d'un débat public nécessairement cadré par la Commission nationale du débat public. Voilà le point qui constitue l'articulation de notre questionnement. Le cas du port de commerce de Bastia semble présenter les caractéristiques d'une situation idoine pour étayer notre propos. Il s'agit de l'évolution ou de la mutation d'un territoire dans sa morphologie et sa dynamique. De plus, la portée économique de l'outil dépasse le cadre de la localité bastiaise, ce qui accroît la complexité du rapport entre l'impact local et l'intérêt régional.

Notre interrogation vient se placer en résonance de l'importance que nous accordons à l'existence et à la vitalité d'un espace public pour le développement territorial. Ainsi, nous nous sommes aperçus que la période pendant laquelle se déroulèrent les réunions publiques pour le développement du port de Bastia, constituait une occupation importante de l'espace public, en termes de production et d'échange d'informations. Cependant, l'espace public ne s'est logiquement pas réduit au format du débat public.

Les choix méthodologiques

Nous faisons le choix de nous situer dans une approche compréhensive d'un phénomène humain et social. Il s'agit selon nous de comprendre la dynamique d'un système territorial qui ne cesse d'évoluer même après la clôture du débat public. Il nous faut donc éclaircir des zones d'ombres informationnelles, situer les acteurs, déceler les traces tangibles de la sphère informationnelle. C'est aussi définir l'état d'avancement d'un projet dont la présence médiatique semble au cours du temps, présenter une forme sinusoïdale. La position d'observateur et d'enquêteur ainsi endossée, elle relève par certains aspects de l'observation participante. Cependant, nous précisons que la méthodologie ne relève pas exclusivement des règles de l'observation participante. En effet, l'objectif premier n'est pas ici de décrire et de comprendre le fonctionnement d'un groupe social dans une forme de complétude. Voulant sonder le fonctionnement d'un territoire de projet dont je suis – individuellement - partie prenante, Nous savions que nous serions amenés à rencontrer un espace et des acteurs connus, du moins pour certains d'entre eux. C'est pourquoi notre positionnement de départ sur le terrain est semblable à celui d'un citoyen bastiais, en quête d'informations sur le projet d'extension portuaire de la ville. Comme pour toute recherche sociale en situation de participation, l'objectivité parfaite est *a priori* inaccessible. Albert Piette propose à cet effet : « Il vient à l'idée de peu de gens qu'en fait de recherche des institutions humaines, toute formation intellectuelle et morale soit une déformation... Il semble donc qu'il conviendrait de se

dépouiller de soi, d'atteindre un réel ascétisme intellectuel, à un arrachement des préférences, à un anéantissement des opinions, qui réduiraient les effets des inévitables réactions devant les cultures d'une autre marque... Mais ce n'est là qu'un idéal. » (in A. Mucchielli, 2010, p. 167). Nous démarrons nos investigations sans avoir une position de principe sur le projet en lui-même. Nous n'avons pas *a priori* une préférence pour l'une ou l'autre des options soumises au débat.

Par ailleurs, nous avons le sentiment initial que la question globale posée par ce projet, c'est-à-dire le choix de la meilleure stratégie portuaire pour la Corse, nécessite des connaissances que nous ne possédons pas. Ainsi, nous pensons au préalable que notre vision de la problématique est susceptible d'évoluer au fil de l'investigation. Notre conviction est que le travail d'enquête qui commence nous permettra d'obtenir un angle de vue différent sur la problématique de l'extension portuaire. Angle du vue duquel nous ne pourrions pas totalement nous départir par la suite. Donc une telle analyse, si factuelle soit-elle, comporte une part d'interprétation qu'il conviendra de limiter en s'attachant à la nature des traces relevées. Nous avons évoqué la notion d'enquête journalistique ou policière. Il s'agit de la clé de voûte de la construction méthodologique de cette enquête. En effet, le travail de terrain s'est étalé dans le temps, à la faveur du ralentissement de son évocation dans l'espace public. Il a connu des périodes très intenses et des temps de latence, nécessaires à la distance que réclame une approche scientifique. A la différence du journaliste, nous ne connaissons pas les mêmes contraintes de temps et d'écriture. A la différence du policier, nous n'étions pas astreints à la démonstration et à la conclusion accusatoire. Comme eux, il nous fallait cependant trouver un point d'entrée et de sortie à une enquête de terrain dont nous devrions tirer des conclusions pour le moins éclairantes.

D'abord, l'enquête prit la forme d'une recherche documentaire. Les premières représentations, ainsi élaborées, ont dicté les premiers contacts nécessaires pour compléter cette approche en surface de la problématique ; c'est-à-dire qu'il convenait dans un premier temps de regrouper l'ensemble des documents officiels et publics certainement accessibles dans divers lieux publics ou sites web. Les premiers documents à récupérer étaient ceux publiés dans le cadre du débat public. En même temps, était lancée une veille sur le web, ainsi qu'une première revue de presse. Cette phase de récolte occasionnait une première phase d'analyse des documents, correspondant à un temps de latence pour le terrain. A ce stade, les premières conclusions personnelles sur la réalité du sujet apparaissent et nécessitent un recul propice à l'objectivation des résultats. Cela passe par des lectures complémentaires, des échanges avec des confrères, pour mettre à distance certains points de l'étude, mais également par une remise en question permanente sur la suite à donner à la recherche. Nos premiers résultats permettent-ils de valider la pertinence de notre questionnement ? Les phases de recueil, de traitement, et la redirection qu'elles entraînent se succèdent jusqu'à atteindre le stade de la saturation marquant l'arrêt des investigations et le passage à la rédaction. Comme le souligne Edgar Morin, le temps de réflexion, préalable à la rédaction de la synthèse de l'étude, est significatif de la singularité de l'approche scientifique du phénomène. Ainsi nous faisons référence à l'expérience de son étude orléanaise : « Ce type de recherche exige, non seulement une curiosité quasi cynique, mais aussi le plein emploi de la subjectivité du chercheur, qui va vivre, par mimétisme hystéroïde, la situation et les sentiments qu'il étudie. Il ne faut pas que les sentiments étouffent la conscience, mais il faut que la conscience sache se laisser porter par les sentiments, sans se laisser déséquilibrer par eux, comme le surfer sur la crête de la vague » (E. Morin, 1982, p. 13).

Les résultats

Notre enquête, jusqu'au mois de mars 2010, a essentiellement consisté en une veille web et un recueil des archives médiatiques. Cependant, l'article paru dans le *Corse Matin*¹ du

¹ Quotidien local de presse écrite

25 février 2010, annonçant la mise à disposition du public d'un site internet dans les semaines à venir, attire notre attention. Nous constatons que la création du site internet est annoncée un peu moins d'un mois avant les élections régionales. Aussi, nous nous attendons à ce que pendant la campagne le sujet du port revienne au premier plan. En effet, il nous semble qu'une période de campagne électorale, instance d'information et de communication, peut constituer pour les électeurs une occasion de saisir les enjeux du projet de l'extension portuaire de Bastia.

C'est le début de l'enquête type *boule de neige*. Et cette méthode semble fonctionner naturellement. Chaque rencontre nous dirige vers une autre personne ressource qui *pourra certainement nous en dire plus*. Je me présente systématiquement comme un étudiant en communication qui s'intéresse à la problématique du port pour un travail universitaire. J'explique brièvement aux personnes rencontrées que je cherche à connaître la problématique et que je suis intéressé par la compréhension de ce qui semble être une polémique. Quelle que soit le degré d'implication des personnes rencontrées, je m'aperçois que toutes celles qui acceptent de discuter avec moi ont un avis assez clair sur le sujet. Cette méthode devait remplir deux objectifs. Le premier, consistait à prendre la mesure de la difficulté pour un citoyen d'obtenir une information claire sur le projet du port, en s'y intéressant à partir du mois de mars 2010. Le deuxième était de nous permettre effectivement de compléter notre recueil de données. Ainsi, plusieurs éléments de cette phase d'enquête nous semblent notables en termes d'accès à l'information.

Au niveau des supports d'information du débat public :

- en mars 2010, le site du débat n'est plus accessible ;
- le site internet de la Commission nationale du débat public propose en archives les décisions et comptes rendus du débat mais pas les supports d'information. Une première demande d'information est envoyée par courriel à la Commission nationale du débat public le 22 juillet 2010 restant sans réponses. Je renouvelle ma demande le 11 septembre et reçois le 13 septembre un appel téléphonique me confirmant que l'ensemble des supports est bien archivé et consultable uniquement sur place dans les locaux parisiens de la Commission nationale du débat public ;
- les supports ne sont plus accessibles dans les lieux publics mentionnés par la Commission nationale du débat public sur ces mêmes supports. Personne, dans les lieux visités le 2 août 2010 ne fait état d'un archivage.

Au niveau des informations mises en ligne par la Collectivité territoriale de Corse :

- les liens dirigeant vers les pages internet du site de la Collectivité territoriale de Corse présentant un contenu sur le projet (que nous avons répertorié au début de notre enquête), n'étaient plus actifs dès le 18 mars 2010 au moins ;
- le site d'information annoncé depuis le 25 février 2010 n'est toujours pas en ligne le 30 septembre 2010.

Dans l'espace public urbain de Bastia :

- nous ne relevons aucune trace type graffiti, affiches, tracts, ou manifestations populaires.

Sur les sites de partage de vidéo :

- nous relevons une seule vidéo sur la plateforme *Dailymotion*. Il s'agit d'un sujet issu du journal télévisé de France 3 *Corse* sur le débat public et mis en ligne par le contributeur d'un forum.

A l'issue de la phase d'enquête de terrain, nous arrivons au constat que nous avons réalisé le recueil le plus complet possible des traces laissées dans le registre de l'information sur le territoire de vie de ce projet. C'est à ce moment que je reçois une alerte informationnelle m'avertissant de la création d'une pétition via le réseau social Facebook. Le 6 septembre 2010, un citoyen crée une page nommée - *contre le projet du port carbonie (pétition)* - regroupant essentiellement à la mise en ligne initiale, des informations sur les enjeux écologiques du projet. Au soir du 30 septembre 2010, et après moins d'un mois de circulation, la pétition compte 237 signataires. Il semble que ce soit la seule trace du sujet sur ce réseau social.

La collecte des traces, indices de la communication au sein du territoire, a été riche et a pris un intérêt croissant au fil de l'enquête. Nous comprenions surtout que les lieux de la communication étaient multiples. Explicites et de surface comme par exemple dans le cas des médias classiques, et implicites voire insidieux quand les rencontres successives nous laissaient entrevoir les formes de la distorsion de l'information. C'est-à-dire qu'à travers l'expression de certains citoyens, nous pouvions percevoir les résultats d'une appropriation conditionnée des données du projet.

Nous avons pu nous apercevoir que la complexité du système territorial nous était accessible et compréhensible. L'enquête nous a permis de faire des liens qu'il est difficile de faire hors d'une connaissance des subtilités de la culture locale, et sans une investigation minutieuse. C'est cela qui nous permet de dire qu'il semble très difficile pour un citoyen, ne mettant pas en œuvre une véritable intelligence informationnelle, d'avoir une représentation objective des enjeux de l'évolution du port de Bastia. Après notre enquête, nous nous apercevons qu'il s'agit d'un sujet complexe, réservant des aspects dont la discussion relève de l'expertise scientifique. Mais nous avons aussi vu que cela ne peut empêcher un citoyen de se forger une opinion sur l'opportunité du projet et que ses propres critères sont souvent très éloignés des dimensions techniques du projet.

Pour nourrir le débat sur les Tic et l'espace public

Le cyberspace ne semble pas jouer dans le cas du port de Bastia un rôle majeur pour l'intégration des citoyens à la formulation du projet. L'apparition récente d'une page Facebook et la mise ligne prochaine d'un site informatif pourraient être des éléments moteurs d'une formalisation plus évidente du rôle du web dans l'évolution du système territorial. Ainsi, le débat public, la sphère informationnelle traditionnelle et le cyberspace ne semblent pas avoir permis une intégration massive de la participation citoyenne dans le délai de notre observation. C'est leur prise en compte globale qui nous a permis de cerner la substance de l'espace public.

Les entretiens qualitatifs ont fait ressortir le fait que si le web était le premier outil d'accès à l'information il ne représentait pas le socle de formation de l'opinion. Cela peut s'expliquer par plusieurs raisons. La première est d'ordre culturel. En effet, la Corse a conservé certains archaïsmes d'une longue tradition orale, mettant au premier plan le leader d'opinion identifié et territorialisé. Les leaders d'opinions ont ici très peu voire pas du tout utilisé les réseaux sociaux numériques pour passer leurs messages. Un deuxième élément réside dans la force persistante des médias classiques. Ils restent beaucoup plus crédibles aux yeux de la population, que les informations issues du web.

Cette étude renforce notre présupposé. Internet et ses applications représentent un portail d'entrée vers une sphère informationnelle synthétique. Ainsi, plus l'accès à l'information est verrouillé, plus l'impression est grande que le web est un espace émancipatoire. Cependant, si l'espace public - dont les médias classiques ne garantissent pas le fonctionnement efficient - est le lieu de l'information, il est aussi celui de la confrontation des opinions et du débat. Rien n'indique à l'heure actuelle que les réseaux sociaux numériques soient le nouvel espace public au sens d'Habermas (2007). Le paradigme de popularité corolaire du *friending*, semble même laisser penser que les réseaux sociaux peuvent devenir des prescripteurs d'opinions comme les médias classiques se le voient reprocher. Le règne naissant du marketing viral qui a pour rampe de lancement les réseaux sociaux numériques démontre clairement comment cette forme de communication structure les références et les opinions. Selon A. Degenne, « Les réseaux socionumériques sont à mes yeux des supports de communication comme le téléphone ou Internet, ce sont des outils de médiation. Les réseaux sociaux sont des formes sociales composées de relations ou d'interactions entre des personnes. [...] Il ne faut pas confondre les outils de médiation et les réseaux eux-mêmes » (Degenne, 2011). Si le web 2.0 a bien accru les potentialités informationnelles, il serait pourtant

dangereux de l'investir de l'illusion de l'alliance universelle, cette utopie Saint-simonienne qui n'appartient pourtant pas à la technique mais à l'esprit humain.

Bibliographie

- ARENDRT H., 1972, *la crise de la culture*, Gallimard, collection Folio, Paris, 380 p.
- BERTHIER N., 2006, *Les techniques d'enquêtes en sciences sociales, Méthode et exercices corrigés*, Armand Colin, collection Cursus, 3^{ème} édition, Paris, 352 p.
- BOUGNOUX D., *Sciences de l'Information et de la Communication*, Larousse, 1993, Paris, 808 p.
- BRESSON GILLET S., 2010, « L'enjeu communicationnel du débat public ITER en Provence », *Les Enjeux de l'information et de la communication*, http://w3.u-grenoble3.fr/les_enjeux.
- BRETON P., 2006, *L'utopie de la communication, Le mythe du « village planétaire »*, La Découverte / Poche, Paris, 171 p.
- CALAME P., 2001, « L'esquisse d'un agenda pour le 21^{ème} siècle », *Proposition issue des travaux de l'Assemblée Mondiale de Citoyens, Lille*, <http://www.alliance21.org/lille/fr>.
- CALAME P., 2003, *La démocratie en miettes, Pour une révolution de la gouvernance*, Charles Léopold Mayer Descartes et Cie, Paris, 331 p.
- DEBRAY R., 2009, *Le moment fraternité*, Gallimard, Paris, 367 p.
- DEBRAY R., 1991, *Cours de médiologie générale*, Gallimard, collection Bibliothèque des Idées, Paris, 395 p.
- HABERMAS J., 2007, *Théorie de l'agir communicationnel, Tome 1, Rationalité de l'agir et rationalisation de la société*, Fayard, collection L'espace du politique, Paris, 448 p.
- HABERMAS J., 2005, *Théorie de l'agir communicationnel, Tome 2, Pour une critique de la raison fonctionnaliste*, Fayard, collection L'espace du politique, Paris, 477 p.
- GIDDENS A., 2005, *La constitution de la société*, Presses universitaires de France, Paris, 471 p.
- GIRARD R., 2002, *La voix méconnue du réel, Une théorie des mythes archaïques et modernes*, Grasset, Paris, 315 p.
- GOFFMAN E., 1979, *La mise en scène de la vie quotidienne, Tome 2, Les relations en public*, Les Editions de Minuit, Collection Le sens commun, Paris, Paris, 372 p.
- GOFFMAN E., 1993, *Les rites d'interaction*, Les Editions de Minuit, Collection Le sens commun, Paris, 230 p.
- LARDELLIER P., 2001, « Anthropologie et communication, selon Marc Augé, Jacques Perriault, Yves Winkin », *Médiation et information*, n°15.
- LENOIR N., 2006, *La démocratie et son histoire*, Presses universitaires de France, collection L'interrogation philosophique, Paris, 247 p.
- LEVY P., 1997, *L'intelligence collective, Pour une anthropologie du cyberspace*, La Découverte / Poche / Essais, Paris, 245 p.
- MATTELART A., 1997, *L'Invention de la communication*, La Découverte / Poche / Sciences humaines et sociales, Paris, 375 p.
- MOLES A.A., 1988, *Théorie structurale de la communication et société*, collection Technique et scientifique des télécommunications, Masson, Paris, 295 p.
- MORIN E., 1982, *La rumeur d'Orléans*, Points / Essais, Seuil, Paris, 252 p.

- MORIN E., 2005, *Introduction à la pensée complexe*, Points / Essais, Seuil, Paris, 158 p.
- MUCCHIELLI A., 2006, *Les sciences de l'information et de la communication*, 4^{ème} Edition, Hachette Supérieur, collection Les fondamentaux Sciences humaines, Paris, 160 p.
- PAILLIART I., ROMEYER H., 2010, « Les débats publics autour des questions de sciences et de techniques et leur dimension communicationnelle », *Les Enjeux de l'information et de la communication*, http://w3.u-grenoble3.fr/les_enjeux
- PAQUOT T., 2009, *L'espace public*, La Découverte, collection Repères, Paris, 125 p.
- PELISSIER M., PYBOURDIN I., 2009, « L'intelligence territoriale. Entre structuration de réseau et dynamique de communication », 94 LCN n° 4, *Intelligence économique*, pp 93-109.
- PREVOST P., « Le développement local : Contexte et définition », *Cahiers de recherche, IREC 01-03*.
- RENAUT A., 2005, *Qu'est-ce qu'une politique juste ?*, essai sur la question du meilleur régime, Le Livre de Poche, collection biblio essais, Paris, 276 p.
- ROSANVALLON P., 1990, *L'Etat en France de 1789 à nos jours*, Seuil, collection Univers Historique, Paris, 369 p.
- WOLTON D., 2007, *Sauver la communication*, Champs essais, Paris, 224 p.

L'usage des TIC en période de mutation politique.

Le rôle du web participatif dans les soulèvements populaires en Tunisie, enjeux et limites.

Fatma Ben Saad-Dusseaut <fatmabensaad@voila.fr>

Université Michel de Montaigne Bordeaux 3

Les réseaux sociaux ont joué un rôle déterminant dans l'accélération des soulèvements populaires en Tunisie. Leur potentiel d'expression, de coordination et de contestation pointe de prêt la difficulté de leur opposer des forces classiques de contrôle et de répression. De là à prêter à ces médias alternatifs la capacité de susciter des mouvements d'opposition, le débat est bien lancé.

Les changements récents dans le paysage de la contestation politique, dans des sociétés où la liberté d'expression est limitée, sont souvent associés aux usages des nouveaux réseaux et plateformes numériques. Ces usages montrent, comme l'explique Serges Proulx, «qu'un usage significatif des outils du Web participatif, appelé aussi «Web 2.0», pourrait fournir à l'utilisateur d'Internet, l'opportunité de devenir progressivement un acteur civique et culturel à part entière dans la société mondialisée d'aujourd'hui»¹. Ainsi questionnerons-nous la participation des réseaux sociaux à renforcer des liens sociaux et à consommer autrement les médias. Nous interrogerons les possibilités et les limites des usages des TIC, en Tunisie, potentiellement constitutifs de nouveaux espaces d'information, de liberté mais aussi de controverse. Notre objectif est d'étudier les différentes modalités d'usages des réseaux socionumériques, en nous intéressant, dans le cas précis de *Facebook*, à la contribution des internautes tunisiens à contourner la censure, à mettre en lumière une culture parallèle, longtemps réprimée et dévalorisée, et à créer un espace public alternatif plus libre car moins contrôlé et par conséquent, soumis également aux risques potentiels de manipulations, de rumeurs et d'intox.

Médias sous tutelle

Pendant une vingtaine d'années, les médias tunisiens, privés comme publics, ont fonctionné sous tutelle du régime en place. Celui-ci se les est appropriés comme moyen de propagande et de communication unilatérale rendant invisibles des pans entiers de la société et réduisant à l'ombre des pratiques sociales et culturelles supposées subversives. La mobilisation populaire, à partir de décembre 2010, a donc révélé la faillite des médias nationaux dépouillés, sous l'ancien régime, de leur capacité d'informer.

En effet, Ben Ali a verrouillé l'information dans les médias traditionnels, puis sur le Net. Il a été totalement interdit aux ministres de s'exprimer directement aux médias. De nombreuses personnalités de l'opposition y sont également bannies. Dans la presse, les sujets tabous se comptent par centaine. Les journaux d'opposition tels que *Al-Maouqif* publié par le Parti Démocratique Progressiste, *Al-Mouatinoun* publié par le Forum Démocratique pour le Travail et les Libertés et *Al Tariq al-Jadid* hebdomadaire du parti Attajdid (ex parti communiste tunisien), rencontrent plusieurs difficultés d'impression et de distribution. La majorité des dirigeants des médias sont nommés pour leur appartenance politique et leur proximité au pouvoir et les licences des médias sont attribuées pour les mêmes critères. Les liens opaques entre l'audiovisuel public et privé et la Présidence, le ministère de l'Intérieur, l'ex ministère des Communications et l'Agence Tunisienne de Communication Extérieure

¹ Serges Proulx. « Web participatif : vers un engagement citoyen de l'utilisateur ? », *Éthique et droits de l'homme dans la société de l'information*, Commission française pour l'UNESCO et Conseil de l'Europe, Strasbourg, 13-14 septembre 2007

ATCE, ont contribué au verrouillage total de l'information. Créée en 1993 pour promouvoir la Tunisie à l'extérieur du pays, l'ATCE s'est chargée progressivement de donner le droit aux médias de diffuser des publicités de l'Etat. Plusieurs sites Internet sont, simplement, inaccessibles depuis la Tunisie, et le ministère de l'Intérieur dispose d'un accès direct aux données des internautes.

Bien que les médias tunisiens connaissent, à partir de janvier 2011, une période charnière de leur histoire, le vide juridique et institutionnel garantissant de manière durable la liberté d'expression est un des grands chantiers du gouvernement futur afin d'éviter que la censure ne revienne en force.

Le rôle des chaînes satellitaires : Al-Jazira en tête de liste

La faillite des médias nationaux, publics et privés, et l'affaiblissement des débats publics ont réorienté des milliers de Tunisiens vers les chaînes satellitaires arabes. Les dysfonctionnements des institutions politiques et l'absence d'instances parlementaires, de structures partisanes et syndicales susceptibles d'organiser un débat public ont permis à *Al-Jazira* de fonctionner comme une scène politique de substitution où sont débattues, sur les écrans des questions intéressant les Tunisiens dans le cadre d'un espace public transnational. En adoptant une couverture participative des événements, *Al-Jazira* a rendu la censure obsolète en diffusant de façon systématique et abondante des vidéos filmées par des téléphones portables, jusque-là cachés ou censurés par les chaînes nationales. *Al-Jazira* s'est également imposée comme une tribune pour les opposants aux régimes arabes en sollicitant les différents courants politiques, notamment dans l'émission d'actualité «*Al Hassad Al Magharibi*» (La récolte du Maghreb). Depuis sa création en 1996, la chaîne pourfend les abus des autocrates du Maghreb et du Machrek poussant plusieurs chefs d'Etats arabes, dont Ben Ali, à fermer ses bureaux et à empêcher ses journalistes de travailler de manière continue sur leur territoire. La chaîne s'est, en effet, contentée d'un dispositif de fortune, avec des journalistes locaux qui intervenaient, en direct, par téléphone.

Si *Al-Jazira* est populaire, elle reste une chaîne controversée. Sa couverture participative d'événements non vérifiés a alimenté des mouvements de panique. On lui reproche également l'absence de l'opposition saoudienne ou qatarie de ses écrans. Cependant, «*Al Jazira live*» a été le terme le plus recherché par les internautes tunisiens sur *Google* pour la dernière semaine du mois de février, d'après le classement des recherches en progression sur *Google Insight for Search*. *Al-Jazira* s'affiche aussi en vedette sur le Net.

L'alternative des réseaux sociaux ?

A partir des années 2000, le développement des TIC, et particulièrement l'avènement des réseaux sociaux, a provoqué un changement important au niveau du schéma informationnel de la société tunisienne. Progressivement, l'Etat a perdu son emprise sur la circulation de l'information malgré ses efforts de contrôle. En effet, l'Agence Tunisienne d'Internet (ATI), le principal fournisseur d'accès à Internet du pays, a été longtemps accusée d'enregistrer, à l'insu de ses utilisateurs, leurs mots de passe pour les services de *Yahoo*, *Google* et *Facebook*. Plusieurs internautes ont vu leurs pages *Facebook* supprimées. Cependant, la structure propre au réseau social est très résistante face aux différentes formes d'attaque et de censure. S'il est possible de bloquer une partie de l'information en ciblant un seul nœud, la propriété de «*connexité*»¹ des réseaux sociaux rend ce genre de pratique inefficace, car il reste toujours

possible d'introduire l'information et de la faire circuler dans tout le réseau par un chemin ou par un autre ; la circulation de l'information y étant extrêmement rapide.

De la révolte, en 2008, des ouvriers des mines de phosphate à Gafsa, dans le centre du pays, les spectateurs tunisiens n'ont eu aucune information. «A l'exception de quelques images tournées par une télévision pirate et diffusées sur France 3, la répression, impitoyable, s'est déroulée à huis clos», affirme Benjamin Barthe². En revanche, dès les premières manifestations à Sidi

¹ La connexité d'un réseau ou d'un graphe est une propriété décrivant à quel point les nœuds sont liés les uns aux autres.

² *Le Monde*, 19-01-2011.

Bouzid, à la mi-décembre 2010, les vidéos amateurs affluent sur la Toile. Elles sont postées sur des sites d'information alternative tunisiens comme *Nawaat* ou *Takriz*, reprises en boucle sur les réseaux sociaux comme *Facebook*. La souplesse d'Internet a donc consolidé l'audace des manifestants. Cependant, l'usage des réseaux sociaux ne semble pas avoir que des vertus. Les questionnements sur les dangers de l'exhibition de la vie privée, l'utilisation perverse des données personnelles et la manipulation de l'information liées à cet usage persistent.

Acteurs et usagers du Web participatif

Le Web participatif recouvre des usages forts différents et offre une multitude d'activités sociales. En effet, il met en avant de nouvelles formes de lien social et de communication, et rend visibles des détails de la vie quotidienne. Dans le monde arabe en général, et en Tunisie en particulier, les recherches en information et communication sont plutôt portées sur la valorisation des potentialités des nouvelles formes du journalisme en ligne que centrées sur les usages et les pratiques des TIC qui demeurent rares. Les premières réflexions ont, cependant, très vite relevé les nouvelles possibilités de la liberté d'expression que favorise Internet à la fois pour les journalistes et pour les internautes¹. Notre contribution s'appuie sur une expérimentation menée via *Facebook* (sur 500 profils). Elle démontre que les réseaux socionumériques constituent des supports identitaires ambivalents pour leurs utilisateurs et que ces réseaux offrent la possibilité de constituer des cercles relationnels étendus dont les membres appartiennent, parfois, à des espaces sociaux éloignés des milieux de sociabilité ordinaires. Cette analyse centrée sur les fonctionnalités offertes par *Facebook* conduit à interroger de façon critique la nature même de ces multiples usages menée dans le contexte particulier du Web participatif. L'analyse de ces profils *Facebook* a été effectuée au cours de la période du 17 décembre 2010 au 25 février 2011.

L'usage politique

Le 19 décembre, une vidéo circule sur *Facebook* où un jeune de Sidi Bouzid s'immole par le feu. Cet acte violent témoigne du désespoir de toute une jeunesse tunisienne. Les premières images de manifestations et de répression trouvent sur *Facebook* un vecteur idéal de circulation. Des centaines de pages *Facebook* relaient les dernières notes diplomatiques diffusées par *WikiLeaks* sur le gouvernement tunisien présenté comme « corrompu » et « mafieux »². Des internautes peuvent enfin imprimer le livre « La Régente de Carthage »³, interdit de publication. Les vidéos tournées à l'hôpital de Kasserine avec des corps atteints par des balles à la tête, et la panique dans l'établissement débordé par l'afflux de victimes représentent, sans doute, une rupture définitive avec le régime en place et le changement d'une crise sociale en révolution politique.

Le 7 janvier 2011, une vidéo de 8 minutes filmée à Sfax par un jeune avec son téléphone portable et postée le jour même sur *Facebook*, montre un affrontement de jeunes avec la police. Un camion de l'armée traverse une rue bondée et les soldats demandent aux policiers de quitter les lieux. Le message de cette vidéo visionnée des milliers de fois sur *Facebook* est clair : l'armée n'a pas obéi aux ordres, et refuse de tirer sur les manifestants épargnant le pays un bain de sang. L'armée tunisienne est probablement la seule institution épargnée par la corruption et la mainmise de Ben Ali.

Ces vidéos et images donnent, davantage, du courage aux manifestants de la capitale qui commencent à se mobiliser. A la cité Ettadhamen sont filmées les premières vidéos via les téléphones portables, le 11 janvier 2011. Le discours de 6 minutes de Ben Ali, le 13 janvier,

¹ Alamir Mazen, Sheibat-Othman Ndia, Othman Samir. "On the use of Nonlinear Receding Horizon Observers in Batch Terpolymerization Reactors". In *International Journal of Modeling, Identification and Control*, Vol 4, No 1, 2008.

² *L'express*, 13 janvier 2011.

³ Nicolas Beau, Catherine Graciet, 2009, *La Régente de Carthage. Main Basse sur la Tunisie*, La Découverte, 178 p.

diffusé sur TV7¹, n'a pas convaincu les Tunisiens, surtout après que la chaîne publique ait montré, quelques minutes plus tard, des manifestations de joie, soit disant spontanées, d'une poignée de gens klaxonnant et brandissant le drapeau tunisien. Ces images de trop ne font que creuser le fossé de confiance entre les Tunisiens et les médias nationaux dépourvus de toute crédibilité. *Facebook* se démarque alors avec, particulièrement, deux pages. Vers 1 heure du matin, la première appelle à une manifestation à 9h, à la place Mohamed Ali, devant le siège de l'UGTT. La deuxième organise une seconde manifestation à 11h devant le ministère de l'intérieur, avenue Habib Bourguiba. Cette dernière manifestation a regroupé, ce 14 janvier 2011, à 1h du matin, 1500 confirmations de participation sur *Facebook*. A 6h du matin, la manifestation regroupe plus de 9000 confirmations. En effet, le 14 janvier, jour de la fuite de Ben Ali, 30000 manifestants se sont rassemblés devant le ministère de l'intérieur.

En effet, les soulèvements populaires ont largement profité des réseaux sociaux en général et de *Facebook* en particulier, dont quelques 2 millions de personnes –soit un cinquième de la population– s'en servent. Sans ces réseaux, les mouvements de contestation n'auraient pas eu la même ampleur et auraient été plus complexes dans ce pays très policier et très surveillé. Internet a non seulement contribué à mobiliser les internautes plus rapidement mais aussi à contourner la censure par la diffusion d'une information parallèle, non officielle, et très largement relayée, qui ne pouvait circuler autrement. Cependant, plusieurs politiques profitent également de l'usage de ces réseaux pour y diffuser des idées parfois très controversées. Le parti islamiste Ennahdha récolte, en février 2011, plus de 63788 *like* (j'aime) sur sa page officielle sans compter les multiples pages annexes comme celle de son leader Rached Ghannouchi (147694 *like*). Le parti du Congrès pour la république (CPR) regroupe 39 336 *likes* et son leader Moncef Marzouki totalise plus de 27953 *like*. Quant au parti Ettakatol, il dépasse les 24580 *like* et son leader Mustapha Ben Jâafar récolte 19274 *like*, selon les données livrées par *Socialbakers*².

La liberté de parole retrouvée sur le Net est également confrontée aux inquiétudes des utilisateurs qui ne peuvent garder l'anonymat (ce que Facebook, actuellement, ne permet pas). Sans oublier que ces réseaux sociaux demeurent moins accueillants pour les utilisateurs dont les opinions ne sont pas très populaires. L'usage du Web participatif déborde, cependant, le cadre politique. Il touche également la vie culturelle et artistique permettant, ainsi, l'émergence d'une culture parallèle via le Web.

L'usage culturel

Le monde de la culture a souffert, pendant plus de vingt ans, de la dictature. La censure a étouffé la créativité de plusieurs artistes et l'absence de moyens financiers a démotivé d'autres rendant parfois impossible la réalisation de certains spectacles ou films. L'offre culturelle était sclérosée. Entre la peur et les intimidations, les artistes devaient faire preuve d'une motivation inébranlable pour continuer à travailler. Nombreux sont les artistes ne disposant d'aucun relais de médiatisation hormis Internet. Le monde de l'art souffrait, comme plusieurs pans de la société, de la corruption. La commission d'achat, chargée de verser les subventions aux galeries, était, en effet, dirigée par des proches du pouvoir distribuant les fonds en fonction de leurs amitiés et non en fonction de critères artistiques.

Les révoltes ont révélé l'existence d'une culture parallèle trépidante jusque-là clandestine. On découvre via le Web de jeunes artistes et de nombreux rappeurs aux paroles dures et franches. Ces rappeurs étaient totalement inconnus avant que la police ne les arrête et fasse grimper leur côte de popularité. El Général³ par exemple, un jeune de 24 ans, a vu son compte *Facebook*

¹ Anciennement appelée RTT (Radio et Télévision Tunisienne), elle devient TV7 en 1992. Le chiffre 7 rappelle le 7 novembre 1987, la date du coup d'État de Ben Ali qui succède à Habib Bourguiba, président depuis 1956. Après la fuite de Ben Ali, la chaîne s'appelle Al Wataniya 1 (La nationale 1) et a retrouvé les couleurs du drapeau tunisien : le rouge et le blanc.

² *Facebakers* – appelé désormais *Socialbakers* – est un portail publiant des statistiques sur les chiffres relatifs aux nombres d'utilisateurs de Facebook par pays, et comptabilise des taux de pénétration ou les tranches d'âge, il diffuse également des données sur les performances des « meilleurs fans pages » par pays ainsi que des informations relatives aux applications, par pays. Cf. <http://www.socialbakers.com>

³ El Général de son vrai nom Hamadi Ben Amor, originaire de Sfax, a été arrêté pendant trois jours pour avoir mis en ligne un morceau de rap intitulé « Raïs Lebled » (le chef du pays) à travers lequel il interpellait directement le président Ben Ali sur la misère sociale, la violence du régime et le chômage des jeunes.

passer de 3500 amis à plus de 20000 en deux jours. Le rap était occulté de la culture officielle. Interdits de télé et de concert, sous l'ère Ben Ali, les rappeurs se sont servis des réseaux sociaux, pour contourner la censure. Encore une fois, le rap contestataire erre à l'écart des projecteurs depuis son apparition, quitte à s'inventer parfois dans l'ombre des options politiques troubles. Une polarisation extrême que son histoire explique. Les médias alternatifs ont de fait accompagné ce mouvement qui s'est principalement développé dans les *home-studios*. Certains titres sont devenus de véritables hymnes au sein de la jeunesse, attisant la colère du pouvoir en place. A titre indicatif, un seul rappeur détient le statut d'artiste professionnel en Tunisie. Un jeune qui s'appelle Wajdi et qui a formé le groupe *Mascott*¹.

Né à Sidi Bouzid en 1956, le poète Sghaier Ouled Ahmed a écrit quotidiennement sur les événements, et ses textes ont circulé sur *Facebook*. Dès la fin de décembre, l'auteur-compositeur Bendir Man a posté, sur le Web, une pétition à destination des créateurs pour les inviter à rejoindre le mouvement. Le 11 janvier, la manifestation organisée par près de 300 artistes devant la cathédrale de Tunis a été violemment dispersée par la police. Le 13 janvier, ces mêmes artistes se sont réunis à l'espace culturel *El Teatro* pour exprimer leur solidarité avec la rue, en filmant un message posté sur *Facebook*, appelant à la rédaction d'un manifeste des artistes. Evidemment, ces mouvements n'ont pas été transmis par les médias traditionnels qui, jusqu'au 14 janvier, employaient les termes « violences » et « émeutes » pour décrire les événements. Dans ce sens, les réseaux sociaux ont joué un véritable rôle de média informatif. Vu le manque de crédibilité de la presse traditionnelle et la méfiance de la population à son égard, les Tunisiens se sont tournés vers les réseaux participatifs pour s'informer.

L'usage médiatique

La liberté de parole retrouvée sur le Net, depuis les événements de décembre 2010, a permis l'expansion d'un «journalisme citoyen» autrement appelé le « cyber-journalisme » où chaque citoyen peut créer, diffuser et partager des informations via les réseaux sociaux sans avoir à respecter une ligne éditoriale quelconque. Pourtant, ce journalisme citoyen ne demeure pas moins controversé. Bien que le web participatif ait devenu une véritable source d'information, un usage pervers d'informations non vérifiées est à prendre en compte.

En effet, suite à l'émergence d'Internet (utilisateurs, usages et contenus), à la fin des années 90², comme une nouvelle sphère où se développent de nouvelles pratiques sociales liées à l'accès et à la production de d'information, plusieurs médias tunisiens de la presse écrite et de l'audiovisuel ont créé leur propre site web dans un contexte marqué par un flou total sur les normes d'écriture et de publication, ainsi que sur les modèles économiques et les normes réglementaires. Or, la problématique des usages des TIC ne peut être uniquement réduite aux effets de ces technologies sur les différents niveaux de l'activité médiatique (fabrication, distribution, économie, déontologie), ou à l'émergence de nouvelles formes d'information qu'incarne la presse électronique. Les TIC participent non seulement aux transformations du contexte culturel des médias (de l'activité journalistique à la réception), mais elles affectent également les modèles de la communication médiatisée³. Cette problématique ignorée par l'approche techniciste, centrée sur les effets des TIC, est pourtant centrale pour comprendre le rapport du Web participatif l'espace public dans lequel il agit. Pour Bernard Miège, les TIC participent à l'émergence de nouvelles pratiques et normes communicationnelles⁴. Les TIC favorisent un modèle de communication «plus transversal» que les modèles précédents qui ont marqué l'espace public dans les sociétés occidentales historiquement structuré par la presse

¹ Mascott est un groupe de rap créé en 1999 par trois jeunes artistes : Wajdi Trabelsi, Haytham Ayari et Salaheddine Arfaoui, issus de la banlieue sud de la capitale Tunis. Seul Wajdi Trabelsi, leader et fondateur du groupe, possède la carte professionnelle.

² La Tunisie est le premier pays d'Afrique connecté à Internet à travers l'Institut régional des sciences informatiques et des télécommunications (SOTÉTEL-IT). A titre informatif, la Radio Nationale Tunisienne a commencé sa transmission en direct sur Internet, 24 sur 24, le 30 décembre 1996. Source : Agence Tunisienne d'Internet, www.ati.tn/fr consultée le 08 septembre 2011.

³ Sadok Hammami, « Eléments d'une méthodologie d'analyse de la presse électronique », *Revue Tunisienne de Communication*, N° 46, Juillet-décembre 2006, pp. 4-48.

⁴ Bernard Miège, *L'information-communication, Objet connaissance*, De Boeck, INA, Paris, 2004, p.185-188.

d'opinion, la presse commerciale, les médias audiovisuels de masse et les relations publiques généralisées.

Pourtant, ce pouvoir aujourd'hui menacé et instrumentalisé par plusieurs pouvoirs institutionnels connus ou opaques est également de plus en plus concurrencé par le pouvoir des internautes eux-mêmes qui prennent la parole et qui s'exhibent. Les critiques faites aux pratiques journalistiques migrent vers le Web où existe aussi un modèle de communication unilatéral, directif et ouvert aux rumeurs et aux informations non vérifiées.

Rumeurs et intox sur la toile

Après l'immolation de Mohamed Bouazizi, le 17 décembre 2011, plusieurs internautes ont changé leurs photos de profil en mettant un drapeau tunisien, soutien symbolique à la révolte. Si la participation des réseaux sociaux dans l'accélération du soulèvement populaire en Tunisie et leur capacité de mobiliser les foules semble avérée, les limites de l'information via *Facebook* se sont fait sentir. La panique due au chaos et aux couvre-feux ne s'est pas apaisée sur la toile où les alertes se sont enchaînées. Les vidéos arrivent par centaines, des informations non vérifiées et des annonces d'enlèvements se multiplient pendant la semaine suivant le 14 janvier. Certaines pages comme «*koora-Tunisie*» (football) se sont reconverties, après le 14 janvier, au «*hakaek khafeya*» (les vérités cachées). Ces pages n'ont pas de ligne éditoriale précise, mélangent l'information, le journalisme citoyen et les vidéos amateurs non datées.

«Ben Ali est mort», cette fausse affirmation a eu le temps de faire le tour des réseaux sociaux dans le week-end du 19 au 20 février 2011 avant que l'information ne soit démentie, suscitant des réactions diverses car les médias traditionnels tardaient à relayer la nouvelle. Certaines rumeurs et intox sont même reprises par les médias sans la moindre vérification. *Al Jazeera*¹ a repris instantanément la fausse information de l'assassinat d'Imed Trabelsi, neveu de Leila

Ben Ali². «Je l'ai lu ou vu sur *Facebook*» devient désormais une formule courante même si l'information est sujette à caution.

Avec la libre circulation des informations certains noms sont jetés facilement en pâture à l'opinion, avec des accusations plus ou moins graves, sans aucune forme de procès. Certains débats et commentaires postés sur le Net tournent aux règlements de comptes. Face à l'échec des médias conventionnels à diffuser leur propagande et l'inefficacité de la censure, plusieurs responsables et partis politiques ont compris qu'il était plus facile de contrôler l'information en la fabriquant plutôt qu'en la censurant et ce, en adaptant une nouvelle configuration informationnelle qui est l'intox. Cela consiste à infiltrer le réseau et de l'inonder de rumeurs afin d'y semer la confusion en noyant les vraies informations dans les fausses. «*Facebook* a servi de support de contre-propagande durant les derniers jours de Ben Ali. Aujourd'hui, il risque de devenir un média de propagande au risque de devenir le média de la contre-révolution», précise le journaliste Welid Naffati³.

Conclusion

Le geste de Mohamed Bouazizi a été déclenché par son exaspération face à l'arbitraire dont il avait été victime. Cet événement aurait pu rester localisé et ignoré. Or, il a largement circulé via les réseaux sociaux. Pendant plus de deux mois, *Facebook* est devenu la plateforme d'échange d'informations la moins censurée du pays, alors que *YouTube* ou *Twitter* étaient simplement inaccessibles. Le Web participatif est, à ce titre, porteur de nouvelles formes

¹<http://www.youtube.com/watch?v=KtxP319LLd0>

² Imed Trabelsi purge actuellement une peine de deux ans de prison ferme pour consommation de stupéfiants. Il devrait faire face à d'autres poursuites judiciaires.

³ www.tekiano.com, consulté le 19 décembre 2011.

d'organisation qui ne sont pas que technologiques. Les conséquences sociales et politiques de l'usage des TIC ont été, certes, spectaculaires dans un contexte particulier de la Tunisie. Toutefois, celles-ci se heurtent, sans doute, avec l'instantanéité propre à ces nouveaux réseaux numériques d'autant plus que cet usage est souvent masqué par les aspects attractifs propres à l'internet (divertissement, apprentissage, communication et recherche rapide de l'information). Il importerait donc de dire que ce n'est ni Internet, ni les réseaux sociaux qui ont fait la révolution. Les manifestations interdites, les sit-in de la Kasbah sont avant tout des expressions physiques d'un désarroi et d'une contestation populaires. Certes, l'usage des TIC favorise dans la sphère des relations à l'Autre et à l'autorité politique, religieuse, familiale, des attitudes, des représentations et des pratiques toujours plus autonomes qui rendent à l'évidence, aujourd'hui, difficile le maintien des anciennes formes de légitimité. A l'image d'autres situations historiques marquées par d'importantes ruptures sur le plan des pratiques de communication, ici on pense naturellement à la Révolution française, à la manière dont elle a pu être préparée par les billets, placards et autres libelles d'une époque qui faisait alors l'expérience des premiers usages sociaux de l'imprimé, on peut émettre l'hypothèse, en paraphrasant Roger Chartier¹, qu'il existe bel et bien des origines culturelles numériques à la révolution tunisienne.

Bibliographie

- BEAU N, GRACIET C., 2009, *La Régente de Carthage. Main Basse sur la Tunisie*, La Découverte, 178 p.
- CHARTIER R., 1990, *Les origines culturelles de la révolution française*, Paris, Le Seuil, « L'univers historique », 245 p.
- HAMMAMI S., « Éléments d'une méthodologie d'analyse de la presse électronique », *Revue Tunisienne de Communication*, N° 46, juillet-décembre 2006, pp. 4-48.
- Le Monde, 19-01-2011.
- LEVY P., 1996, « L'hyperscène. De la communication spectaculaire à la communication tous-tous », *Les cahiers de médiologie* N°1 : La querelle du spectacle, premier semestre, Paris, Gallimard, pp 137 - 141.
- Express, 13 janvier 2011
- MAZEN A., SHEIBAT-OTHMAN N., OTHMAN S., 2008, «On the use of Nonlinear Receding Horizon Observers in Batch Terpolymerization Reactors», *International Journal of Modeling, Identification and Control*, Vol 4, No 1.
- MIEGE B., 2004, *L'information- communication, Objet connaissance*, De Boeck, INA, Paris, 248 p.
- PROULX S., 2007, « Web participatif : vers un engagement citoyen de l'utilisateur? », *Éthique et droits de l'homme dans la société de l'information*, Commission française pour l'UNESCO et Conseil de l'Europe, Strasbourg, pp. 13-14.

Ressources électroniques

- www.ati.tn/fr
<http://www.socialbakers.com>
www.tekiano.com
<http://www.youtube.com/watch?v=KtxP319LLd0>

¹ Roger CHARTIER, *Les origines culturelles de la révolution française*, Paris, Le Seuil, 1990, « L'univers historique », 245 p.

Lecture communicationnelle de l'usage des médias traditionnels et des médias modernes : une application sur le développement durable comme un territoire socio-économique de l'organisation au Maroc

Jamaa Faouzi <Faouzijamaa@yahoo.fr>

Ecole Nationale de Commerce et de Gestion, Agadir -Maroc

Cette communication propose une réflexion autour du couple : développement durable et NTICS. Il vise à faire découvrir et à comprendre le rôle des NTICS, notamment Internet, dans la mise en œuvre du développement durable dans l'espace organisationnel marocain. La présentation s'articule autour de quatre composantes : l'infrastructure, les acteurs, les usages et les contenus, pour observer la complexité du processus de médiatisation et d'usage des NTIC. Il s'agit d'expliquer comment l'arrivée des nouvelles technologies peut provoquer un changement dans les pratiques médiatiques sur le développement durable. La question qui sous-tend le travail est : Comment les nouveaux médias au Maroc se saisissent de la question du développement durable et participe au désenclavement de ce territoire?

Au Maroc, les évolutions récentes institutionnelles et médiatiques de la thématique du développement durable, conjuguée aux divers médias, notamment des NTIC, n'a pas retenu l'attention des réflexions en termes d'usages. Considérés comme des instruments de développement, les NTICS véhiculent un discours d'enchantement et de désenclavement des territoires. Mais, la réalité de leurs utilisations laisse augurer d'une construction souvent handicapante. Les actes d'information, de communication, d'adhésion de ces usages sont confrontés à des particularismes organisationnels, culturels et sociaux. Aussi, analyser le couple médias/développement durable appelle t-il des considérations contextualisées alors même que les NTICS participent, pour le développement durable, d'une médiatisation mondiale. De ce point de vue, il importe de sonder la réalité marocaine pour comprendre les différents traitements de ce thème par les nouveaux médias.

Etudier le développement durable à partir de la perspective des Sciences de l'Information et de la Communication revient à analyser le processus de formation des usages des NTIC, tant du côté des acteurs que de celui des publics. Cette communication a pour ambition d'analyser les usages de l'Internet par les acteurs du développement durable. L'analyse que nous présentons s'appuie sur une approche des contenus médiatiques.

La méthodologie proposée pour étudier cette caractérisation au Maroc, outre la prise en compte de la distinction entre différentes pratiques médiatiques et les possibilités de leur interpénétration comme des expressions transversales aux types de contenus, repose sur une grille d'observation des moteurs Internet sur l'environnement qui analyse l'usage des NTICS comme dispositif complexe qui se constitue de plusieurs éléments liés entre eux de façon dynamique. L'analyse de ce dispositif est à situer dans un contexte global qui agit sur les conditions de sa genèse, de son fonctionnement et de son évolution. Ces pratiques sont appréhendées à partir de quatre niveaux : l'infrastructure, les acteurs, les usages et les contenus. Ces dimensions mesurent la possibilité pour les individus et les organisations d'accéder et d'utiliser les NTICS, en considérant les trois variables : économique, sociale et écologique.

Nous insisterons sur les spécificités du média Web par rapport aux médias traditionnels. Ces distinctions seront précieuses pour comprendre la supériorité en termes d'efficience communicationnelle de ce nouveau média.

L'infrastructure : un contexte en évolution

Une radioscopie des nouveaux médias au Maroc laisse augurer d'une nouvelle ère dans le secteur des NTIC. Le Maroc compte aujourd'hui plus de 2 millions d'abonnés internet dont plus de 70% en internet mobile 3G contre 29% pour internet haut débit (ADSL). Le nombre d'internautes augmente en dépassant le seuil de 13 millions d'utilisateurs sous l'effet de la libéralisation du marché avec trois acteurs : Maroc Telecom, Méditel et Inwi. Selon les résultats de l'enquête de l'ANRT¹, on compte 10000 cybers et 14% de pénétration dans les ménages (près de 800.000 connexions). Le Maroc a réalisé une croissance exceptionnelle de plus 93% sur l'année 2010. Selon les chiffres de Network Information Center qui centralise la gestion du domaine ".ma", le pays compte plus de 37 769 noms de domaines ".ma" dont plus de 374 noms de domaines avec l'extension ".press.ma" dédiée à la presse et aux médias. Selon la Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle, les internautes marocains utilisent les réseaux sociaux à hauteur de 48 %, notamment facebook : 3 100 00 en 2011. Pour la téléphonie mobile, on compte 32 millions de clients avec un taux de pénétration dépassant les 101%.

La stratégie Maroc Numeric 2013 a comme objectif de rendre accessible aux citoyens Internet haut débit, de favoriser l'accès aux échanges et à la connaissance, d'atteindre un taux de connexion des foyers de 33%, d'équiper tous les établissements scolaires publics, de créer 400 centres d'accès communautaires, et de porter le nombre des sites «.ma » dans le top 100 des sites les plus visités au Maroc à 50 en 2013. Il s'agit aussi de mettre en place 89 services e-gouvernement et la généralisation de l'utilisation des services transactionnels pour toutes les entreprises réalisant un CA de plus de 20 MDH (91% des entreprises répertoriées dans le Kompass sont connectées à Internet et 16 % ont d'un site web). Le plan ambitionne aussi d'édifier une administration au service de l'utilisateur, promotrice des NTIC, et informatiser les PME pour accroître leurs compétitivités.

La réforme de l'audiovisuel, entamée au Maroc, a permis la multiplication des chaînes de télévision (10 chaînes nationales)², d'antennes radiophoniques (34 antennes) et d'organes de presse écrite (438 titres : dont 15 sur Papier et Internet, et 8 sur Internet exclusivement). L'ouverture de l'espace hertzien a coïncidé avec la mise en ligne simultanément du contenu sur internet. La majorité des radios disposent d'un site web avec la possibilité d'écouter leurs programmes en direct sur Internet, avec des plates-formes d'accès mobile pour certaines. D'autre part, Internet progresse dans un contexte multicomunicationnel marqué par le développement de la téléphonie mobile et de la réception des chaînes satellitaires arabes et européennes.

Une analyse comparative de l'utilisation³ des médias par le public montre une prééminence des médias classiques : la télévision (99 %), la radio (92 %), la presse écrite (43%). Pour les NTICS, on recense un taux de 71% (soit 7/10 personnes ont une parabole), 8/10 déclarent avoir un téléphone portable. 25% des sondés précisent qu'ils se rendent régulièrement dans un Cyber café et 79% s'informent via la bouche à oreille.

Les acteurs du développement durable

Les questions liées à l'Internet et au développement durable sont nombreuses et touchent des acteurs variés. Nous tenterons ici une synthèse de cette variété.

Au Maroc, depuis son émergence dans l'espace public, le développement durable est devenu objet de débat. Les nombreuses réalités auxquelles il renvoie expliquent à la fois sa

¹ ANRT : Agence Nationale de Réglementation des Télécommunications, Source : www.anrt.ma

² Al aoula, 2M, Al maghribia, TV Laayoune, Arriadia, Arrabia, Assadissa, Aflam TV, Tamazigh, Medi 1 Sat.

³ Le cabinet d'études américain IREX, en partenariat avec le cabinet Intermédia, a mené en 2007, la première étude portant sur le profil et les habitudes de consommation de médias au Maroc: téléspectateur, lecteur, amateur de radio ou internaute.

grande popularité mais aussi le scepticisme dont elle fait régulièrement l'objet dans l'opinion. Une comparaison des médias au Maroc sur le sujet est symptomatique d'une pratique récente et encore embryonnaire. Il retient l'attention de quatre types d'acteurs : les pouvoirs publics (Etat et administrations publiques), économiques (les entreprises), médiatiques (les organes de presse) et la société civile. Le discours véhiculé par ces acteurs est médiatisé à travers des formes de communication classiques et modernes.

Néanmoins, le développement des informations environnementales des médias classiques vers Internet remonte au début des années 2001 avec l'annonce de la Charte Nationale de l'Environnement et du Développement Durable (CNEDD). Le texte engage le pays dans une démarche multisectorielle visant la protection des ressources et des écosystèmes, le suivi de l'état de l'environnement dans les régions, l'amélioration du cadre de vie des citoyens et la mise en œuvre de plans opérationnels relatifs au changement climatique. Le Plan Solaire Marocain constitue l'initiative majeure pour favoriser le développement des énergies renouvelables qui devraient, à l'horizon 2020, couvrir plus de 40% des besoins énergétiques du pays. La Charte ambitionne de faire évoluer la politique environnementale avec le lancement d'un site¹ web servant de plateforme et de dialogue.

Ainsi, une structuration des acteurs permet de situer :

a- Les acteurs institutionnels : Les pouvoirs publics prennent de plus en plus d'initiatives en direction du développement durable. Ces derniers se saisissent de tous les médias : la télévision, la radio, la presse et Internet. Les institutions abordent dans leurs projets les principes du développement durable avec une pédagogie de la responsabilité éco-citoyenne vis-à-vis de l'environnement et de la société pour encourager l'engagement individuel et organisationnel. Dans le domaine public, les bonnes pratiques sont véhiculées de manière circonstancielle par les médias classiques, (campagnes TV et radio), qui illustre à travers quelques politiques de sensibilisation au tri sélectif, au recyclage des déchets ou aux économies d'énergie. La production de sites d'information relevant du domaine «.ma» et l'existence de «e-Gov» composé des programmes des ministères et d'établissements publics, impliqués directement dans le processus de modernisation des secteurs publics, s'inscrit dans ce cadre. Son champ d'action couvre l'intégralité de la sphère publique: administrations centrales, territoriales les collectivités locales.

L'activation du site web www.agenda21maroc.ma et du Programme IDARATI montrent cet engagement. Les internautes peuvent conduire leurs recherches à partir du site d'IAM (www.menara.ma), de marweb (www.marweb.com), de casafree (www.casafree.ma), de marocexport (www.maroc-export.com) ou encore www.maroc.to.ma.

b- Les entreprises : Les acteurs économiques ont identifié les enjeux de légitimité et de performance liés aux conditions environnementales et sociales de leurs activités. A long terme, les entreprises dont les activités engendrent la destruction de l'environnement ou du tissu social s'exposent à des risques sociaux et commerciaux aujourd'hui indéniables. C'est le cas par exemple lorsque la raréfaction ou la détérioration des ressources naturelles exploitées par une entreprise entraîne à elle seule des coûts de production supplémentaires voire des changements importants dans les modes de production eux-mêmes. Le label RSE, s'il fait l'objet d'une prise de conscience, n'est pas encore ancré comme pratique professionnelle.

c- Les entreprises médiatiques : Elles sont constituées des entreprises de presse écrite et audiovisuelle qui, par leurs attributions fonctionnelles, commentent les actualités nationales et internationales liées aux thèmes du développement durable. Ce sont les professionnels de l'information, spécialistes de l'information économique et politique. Les éditoriaux, les émissions télé et radio sur le sujet ne correspondent pas souvent à une stratégie bien définie ou à une ligne de sensibilisation ; ce sont souvent des couvertures médiatiques journalistiques circonstancielle. Aussi, les finalités qui régissent ces entreprises permettent de comprendre les

¹ Charte Nationale pour la protection de l'Environnement et le Développement Durable (CNEDD), URL : <http://principal.charteenvironnement.ma>

logiques qui sous-tendent l'activité économique de l'organisation médiatique. La quasi-totalité des supports dans ce contexte repose sur une gestion d'une information selon le mode de la consommation journalistique et publicitaire.

d- La société civile : Ce quatrième acteur a émergé sur fond d'une vision publique de l'encouragement de la société civile. Le tissu associatif a connu au Maroc un développement important. Le réseau foisonne à l'échelle locale avec environ 50 000 associations. Un grand nombre d'entre elles sont devenues plus accessibles en rejoignant un portail intéressant. Le champ socio-économique est devenu la préoccupation dans ce domaine. Il porte, dans la lignée de ses préoccupations, les problématiques du développement durable et humain. Initiée en 2005, L'INDH (www.indh.ma), Initiative Nationale du Développement Humain, constitue à ce propos le cadre institutionnel de croisement des efforts publics et sociaux. Les sites produits par les organismes publics interviennent sur ces espaces tels les ministères, les agences urbaines ou les établissements publics à travers différents programmes : portail de développement (www.tanmia.ma) comme espace de participation, d'échange, de promotion où les associations se connectent et échangent de l'information en ligne.

Connaissant les différents types d'acteurs impliqués dans le processus du développement durable, nous avons entrepris dans ce qui suit, à travers l'analyse systématique des sites, quelques réflexions. Nous avons recherché les sites des organisations les plus représentatives : des ministères, des établissements publics, des services déconcentrés de l'autorité, des municipalités, des entreprises et de la société civile.

Les utilisateurs et les usages

Par rapport aux médias classiques, Internet est utilisée pour différents types d'usages. Les internautes marocains utilisent généralement le média¹ pour le courrier électronique (57%), les réseaux sociaux (48%), la recherche d'informations (38%), le commerce ou la banque en ligne (5%), le reste pour le téléchargement de musique, de films, de logiciels et de jeux vidéo. En 2009, les sites les plus visités² dénotent des usages sélectifs des ménages. Pour les autres, l'objectif est de faire connaître les organisations qu'ils représentent, mais peu d'espaces interactifs sont retenus. Le développement durable reste, pour une bonne partie, informatif. Les types d'usages se répartissent entre informations socio-économiques et sites d'actualités. Mais les usages du web ne se limitent pas à la consultation des sites. Certains sites développent des usages plus actifs. En effet, l'émergence des blogs suscite, dans ce sens, un engouement des usagers comme un moteur des transformations des formes de communication sur le développement durable. Ils ne changent pas uniquement les modalités d'accès à une information environnementale de plus en plus abondante, mais affecte aussi l'organisation même de la communication médiatisée et les modalités d'accès à l'espace public. Néanmoins au Maroc, l'espace internet reste peu exploité par les professionnels. L'espace public élargi et décentralisé défendu par Bernard MIEGE³ qui considère que les TIC participent à l'émergence de nouvelles pratiques et normes communicationnelles, n'est pas très développé. En effet, la logique traditionnelle des médias de masse coexiste aujourd'hui avec le modèle de communication favorisé par Internet. Les différents types de mise en réseau traditionnels sont toujours prédominants. Le cas de la bouche à oreille, caractéristique de cet espace public et social, n'est pas encore assimilé à la transversalité et à la structuration en réseau que propose Internet. La force expressive des blogues pour la communication écologique est indéniable. C'est une communication authentique par rapport aux construits que proposent les spots télévisés, les annonces radiophoniques, voire les affiches publicitaires dans les journaux. Internet a l'avantage, par le biais notamment des réseaux sociaux, de transmettre une

¹ Synthèse de l'étude « Observatoire des Technologies de l'Information », ANRT, 2009.

² facebook.com, youtube.com, live.com, blogspot.com, hespress.com, kooora.com, aljazeera.net, startimes.com.

³ Bernard, MIEGE, *L'information- communication, Objet connaissance*, De Boeck, INA, Paris, 2004

information rapide, dynamique et mondialisée. Lesquelles caractéristiques sont fondamentales pour l'information environnementale. Les usages médiatiques sur le développement durable, produits selon la logique des médias de masse (télévision, radio, presse écrite), se trouvent être étendus à Internet de façon directe, qui témoigne d'une perception du nouveau média comme un espace de continuité, non de particularisme. Les internautes sont assimilés aux téléspectateurs, aux auditeurs ou aux lecteurs qui constituent un public consommant les contenus électroniques selon les modalités caractéristiques des médias de masse. Les usages publicitaires concernent les contenus produits de toutes sortes par les institutions (administrations publiques, entreprises, associations) et édités à des fins de relations publiques et publicitaires (communication institutionnelle, publicité commerciale).

Les contenus privilégiés

Les contenus sur le développement durable au Maroc s'expriment sur différents sujets allant de l'économique au social et à l'écologique. Ce qui caractérise ces contenus c'est la diffusion de contenus sous forme de projets d'intentions à caractère institutionnel, voire promotionnel: (entreprises, ministères, associations, administrations publiques) avec une modalité de ciblage général : non spécialisation des cibles et donc les messages ont un caractère général. Nous notons la prédominance d'un contenu plus institutionnel pour les entreprises comme vecteur du marketing, d'un contenu publicitaire dans les médias classiques pour les entreprises et de contenus sociaux et économiques moins écologiques.

Cela pose la question du morcellement que le triptyque du développement durable présuppose et de la cohérence des messages et des contenus entre nouveaux et anciens médias. Les médias traditionnels et celles sur le web ne définissent pas un continuum dans les stratégies des organisations médiatiques et entrepreneuriales. Internet n'offre pas encore des espaces publics alternatifs grâce à la pluralité des contenus et des communications qu'elle permet. Par conséquent, le scepticisme sur les effets de l'Internet sur les différentes formes d'engagement, en l'occurrence écologique, dans la société marocaine est de mise, même si nous assistons par ailleurs à une mouvance politique et sociale que le média Internet semble mieux véhiculer. Les sites institutionnels se référant au développement durable par ailleurs sont plus informatifs et moins interactifs. Les informations sur les médias classiques sont reportées sur le web. La réception médiatique classique s'assimile à la réception sur Internet.

Dans les différents sites, l'information environnementale proposée est le plus souvent de nature factuelle sous forme écrite et visuelle (photos), relative à la dimension économique (produits, informations sur l'organisation), médiatique (communication sur les actions et événements), sociale, humaine. Le méta-informationnel est présenté dans un format moins standardisé, par l'objet, la localisation, l'accès et l'accessibilité au public. Les écotechniques existant (données, analyses, renseignements) sont décrits dans de façon partielle. Il y a absence de contenus endogènes, plus liés au contexte des utilisateurs. Par ailleurs, la communication des entreprises intègre des formes de communication personnelle et informelle tels que les forums de discussion et les blogs d'entreprise. Le contenu est essentiellement porté sur la responsabilité sociale de l'entreprise et de l'engagement institutionnel de l'organisation.

L'accès aux informations environnementales, étant ouvert à tout l'espace public, personnes physiques ou morales, est néanmoins limité par un ensemble de facteurs technologiques et médiatiques et de référencement des pages sur internet. L'utilisation de l'information environnementale révèle ces contraintes. Il est à préciser que le taux et l'intensité d'utilisation de ces sites sont liés au taux de pénétration des technologies. L'expansion encore timide d'Internet dans le contexte marocain, conjuguée à l'influence encore des médias classiques et l'intérêt limité pour les problématiques environnementales expliquent l'infoutilisation écologique. De plus, les sites ne facilitent pas bien les possibilités d'accès, de transfert, d'échange, de mise en commun et de l'usage des informations environnementales détenues. La communication horizontale que permet Internet, dans la logique de l'espace public de partage des données, n'est pas souvent possible. La réception est plutôt verticale; Ce qui

définit plutôt une approche informationnelle que communicationnelle que les médias classiques assimilent. D'autres technologies plus étendues ne sont pas encore totalement exploitées. Le téléphone portable, en l'occurrence, est utilisé pour transmettre par SMS des contenus à caractère commercial (promotions pour les offres commerciales et promotionnelles) et social (composante sociale du développement durable (campagne de solidarité par la fondation Mohammed V, par exemple pour laquelle le développement durable est une des composantes les plus importantes dans le champ d'action.

Il ressort des données comparatives entre les médias étudiés que le comportement des utilisateurs de l'information environnementale est ambivalent. La majorité des utilisateurs d'Internet se situent dans les catégories des internautes s'intéressant aux problèmes et enjeux sociaux avec passivité et capacité faible de réaction et d'implication. Certes, le discours environnemental est plutôt informatif ; le consommateur n'est particulièrement pas interpellé, ni associé à la construction du contenu par l'interactivité possible avec l'acteur. Internet n'est perçu que comme le relais de l'information que la TV et la radio ont déjà abordé. D'autres internautes sont plus actifs pour les enjeux socio-économiques. Cette tendance est plutôt identifiée dans le comportement de l'internaute urbain car tributaire du taux de pénétration d'Internet.

L'utilisation d'Internet est influencée par la bouche à oreille ou les relais personnels et professionnels des utilisateurs. Les internautes s'intéressent à des contenus que les médias classiques ou le réseau personnel immédiat véhiculent. Ce modèle d'appropriation d'Internet dessine une particularité de son usage au Maroc. La société orale traditionnelle côtoie la forme de communication moderne dans une logique de complémentarité. Les enjeux associés aux NTIC dans le développement durable devront tenir compte de cette complémentarité. Internet assurera le maintien des réseaux sociaux et culturels; Son exploitation favorise la production de contenus locaux et nationaux sur le développement durable et une intégration d'Internet tant au niveau individuel que collectif. Cette caractéristique suppose, par ailleurs, la prise en compte de paradoxes liés au développement d'Internet au Maroc. Les principaux paradoxes sont relatifs à l'existence des déséquilibres entre des enjeux sociaux, économiques et écologiques, engendrés par Internet. Son usage ne favorise pas un apprentissage technique environnemental. L'abondance d'une information environnementale, par ailleurs mondiale, se contraste avec les limites d'une information locale. Sa diffusion gagnerait à être présentée de manière claire, complète, utile sous les formes les plus adaptées des modes de communication locale. Dans le cas d'une information destinée à des catégories de la communauté, la diffusion se fait à travers les moyens traditionnels de communication (radios, TV, etc.). L'interface développement durable se limite à exister dans un espace virtuel, partiellement déconnectée de la réalité marocaine.

Bibliographie

- ANRT, (Agence Nationale de Réglementation des Télécommunications), www.anrt.ma
- MIEGE, Bernard, 2004, *L'information-communication, Objet connaissance*, Paris, De Boeck, INA,
- BRAS, J.Ph, CHOUIKHA, L, 2002, *Média et technologies de communication au Maghreb et en Méditerranée, mondialisation, redéploiements et «arts de faire»*, IRMC, in Actes du séminaire organisé par l'IRMC, Tunis, 6-7 octobre 2000.
- HAMBAT, P., 1994, *NTIC et représentation des usagers, dans Médias et nouvelles Technologies. Pour une sociopolitique des usages*, sous la direction de VITALIS, A., Rennes, Éditions Apogée, pp : 45-59.
- MERMIER, F, 2003, (sous la direction de), *Mondialisation et nouveaux médias dans l'espace arabe*, Maisonneuve-Larose, Maison de l'Orient et de la Méditerranée, 437 pages.

SAHIM (KH), 2000, *Le Maroc face aux défis des Nouvelles Technologies de l'Information*, Edit Consulting, 175 pages.

AIT-DAOUD, S., LAQUECHE, J., BOURDON, I., RODHAIN, F., 2010, *Ecologie et Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) : une étude exploratoire sur les éco- tic »*, Management Prospective Ed. | Management et Avenir n° 39 pages : 307 à 325.

Immigration marocaine au Québec, impacts du déploiement de services en ligne dans le cadre de l'immigration permanente, de 2003 à nos jours.

Sophie-Hélène Goulet <sophiehelene@hotmail.com>

Université de Lorraine

L'immigration au Québec, depuis les dernières décennies, a contribué à contrer à la chute de la croissance naturelle, mais également d'assurer la pérennité de la langue française, de même que la croissance économique. Depuis plus d'une décennie, l'apport de l'immigration marocaine au Québec est considérable. En 2003, le gouvernement québécois, et plus précisément, le Ministère de l'Immigration et des Communautés culturelles, a mis en place des systèmes innovants visant à déployer plus rapidement l'information et rendre celle-ci accessible à l'ensemble des citoyens, mais aussi les futurs citoyens *via* Internet. Cette ouverture favoriserait-elle une meilleure préparation du projet d'expatriation et, par conséquent, une meilleure intégration des immigrants marocains à la société québécoise ? Les TIC nous interpellent quant à leurs usages et il convient d'analyser leurs impacts pour le gouvernement québécois, mais aussi sur les pratiques et appropriations des futurs immigrants marocains. Quelle place les TIC occupent-elles dans les procédures d'immigration et préparation du projet d'expatriation ? La communication interculturelle nous fournit quelques éléments de réponse que nous allons exposer.

Les différents gouvernements québécois – vers la fin des années 1960 - ont mis en place une succession de politiques linguistiques, mais aussi des politiques d'immigration afin d'affermir symboliquement et objectivement le caractère français au Québec. L'immigration tient donc plus que jamais un rôle primordial dans l'économie québécoise actuelle et fera de plus en plus appel aux moyens technologiques afin d'atteindre ses objectifs.

Quelques rappels historiques

La première théorie des migrations internationales apparaît avec Ernest George Ravenstein¹ en 1885, celle-ci énonce une dizaine de lois concernant la modélisation des flux migratoires. Ces lois resteront presque seules jusqu'aux interventions de J. J. Mangalam en 1968. Pour lui, la migration débute par une prise de décision venant d'un individu ou d'un groupe, qui porte sur l'évaluation d'une situation actuelle par rapport à une situation envisagée. Il faut qu'il y ait une privation de certaines valeurs, la perception de l'impossibilité de la combler dans le pays d'origine et la possibilité de le faire dans un autre lieu. C'est donc l'atteinte desdits objectifs qui motive la migration. Jean-Louis Grosmaire², est pour sa part parti de ces théories et les a reformulées plus récemment, en 1981, autour du concept de déséquilibre géographique, c'est-à-dire du rapport d'inégalité perçu entre deux espaces donnés. « La migration s'avère donc une solution pour échapper à ce dit déséquilibre. La distance géographique, sociale, mais également culturelle doit donc être prise en compte³ ».

L'immigration contemporaine et marocaine au Québec

Le ministre de l'Immigration, en tenant compte de la politique gouvernementale relative aux immigrants et aux ressortissants étrangers et de ses orientations en matière d'immigration,

¹ Mangalam fait ressortir pour sa part le caractère permanent de la migration, il inclut la dimension de durée à l'expatriation. Dimension du changement dans le système d'interaction des « déplacés » donc changement de communication. Ernest George Ravenstein: The Laws of Migration, 1885. By John Corbett : <http://www.csiss.org/classics/content/90>, Consulté le 04-01-2012.

² Jean-Louis Grosmaire, écrivain et géographe né en 1944, a soutenu sa thèse de doctorat en géographie sociale en 1981 à l'Université de Montréal. Ses travaux de recherches concernaient la géographie de l'immigration française au Québec.

³ Grosmaire, J.-L., 1981 L'immigration française du Québec, essai de géographie sociale (Ph.D.). Montréal : Université de Montréal, département de Géographie, 507 p.

établit un plan annuel d'immigration. Ce plan a pour but de préciser les volumes d'immigration projetés et visés pour favoriser l'enrichissement du patrimoine socioculturel du Québec. En 2005, 8 % de la population québécoise a déclaré être née à l'étranger et près de 16 % s'est identifiée comme d'une origine autre que française, britannique ou autochtone. Par conséquent, on peut donc considérer qu'environ un Québécois sur six s'identifie, à des degrés divers, à l'une des cent et quelques communautés culturelles présentes au Québec. La province de Québec, depuis 1991¹, est entièrement responsable du recrutement, de la promotion, de la sélection et de l'intégration des candidats à l'immigration désireux de s'installer sur son territoire, dans la catégorie des travailleurs qualifiés, les plus nombreux. Le Québec sélectionne donc, à lui seul, plus de 60 % de son immigration. Selon les statistiques du Ministère de l'Immigration et des Communautés culturelles : « Au troisième trimestre de 2011, un immigrant sur dix admis au Québec est natif de la Chine, Haïti occupe le deuxième rang des pays de naissance avec 8,8 % du mouvement total, suivi de l'Algérie (8,6 %), du Maroc (8,2 %) et de la France (6,0 %) »². En 2006, la communauté des Marocains émigrés au Canada comptait 45 000 juifs et 55 000 musulmans. 75 % de cette population marocaine vit au Québec. Au cours des années 1950, environ trois mil israélites auraient quitté le Maroc afin de s'installer au Canada. Le flux migratoire des Marocains musulmans s'est largement intensifié pour sa part au cours des années 1980. Entre 2004 et 2008, le Maroc devient le troisième pays de provenance des immigrants admis au Québec avec 16 406 nouveaux arrivants. Il convient de rappeler que le Québec sélectionne donc de manière universelle ses candidats à l'immigration par le biais d'un ensemble de caractéristiques visant à mesurer leur niveau d'employabilité et d'adaptation à la société québécoise. Les Marocains y voient donc une possibilité de promotion sociale, économique et scolaire. Le Québec, y retrouve une population francophone, éduquée et jeune (40,2 % d'entre eux sont âgés entre 25 et 44 ans). La quasi-totalité des personnes de la communauté marocaine connaissent le français (95,6 %), alors que plus de la moitié (55,1 %) connaissent à la fois le français et l'anglais³. De plus, la majorité des membres de la communauté d'origine marocaine réside en région montréalaise, (91,9 %) ⁴ et appartient à la première génération immigrée au Québec. En 2009, la municipalité de Montréal a même attribué un nom, « le petit Maghreb », au quartier allant de la portion de la rue Jean-Talon, allant du Boulevard St-Michel au Boulevard Pie IX. Plus de 5000 personnes, issues de la communauté maghrébine y vivaient. De nombreux magasins et commerce, liés à la culture Nord-africaine y sont installés⁵. Les Hommes sont plus nombreux que les Femmes (53,1% contre 46,9 %) ⁶. Concernant le niveau de scolarité, 32,3 % des membres de la communauté marocaine du Québec détiennent un grade universitaire, contre seulement 14 % de l'ensemble de la population québécoise. Cette population travaille majoritairement dans les secteurs industriels de la fabrication, du commerce de détail, des services professionnels, scientifiques et techniques, ainsi que dans l'industrie de l'hébergement⁷. Selon les chiffres du ministère québécois de l'immigration, chaque jour, le Québec accueille trois nouveaux informaticiens originaires du Maghreb. Ce qui fait dire au PDG d'EBR⁸ que « si l'immigration italienne dans

¹ Accord Gagnon-Tremblay-McDougall :

[Http://www.micc.gouv.qc.ca/publications/fr/divers/Accord-canada-quebec-immigration-francais.pdf](http://www.micc.gouv.qc.ca/publications/fr/divers/Accord-canada-quebec-immigration-francais.pdf)

² Statistiques sur l'immigration récente, Bulletin statistique sur l'immigration permanente au Québec, 2011, troisième trimestre et 9 premiers mois : <http://www.micc.gouv.qc.ca/publications/fr/recherches-statistiques/BulletinStatistique-2011trimestre3-ImmigrationQuebec.pdf>

³ Portrait statistique de la population d'origine ethnique marocaine recensé au Québec en 2001 : <http://www.quebecinterculturel.gouv.qc.ca/publications/fr/diversite-ethnoculturelle/com-marocaine.pdf>

⁴ Idem qu'en 6

⁵ Reportage, Ces Marocains qui ont réussi au Québec : Pour la promotion de l'identité culturelle marocaine dans sa richesse et sa diversité, 2010, <http://www.lematin.ma/Actualite/Journal/Article.asp?idr=116&id=132873>

⁶ Idem qu'en 7

⁷ Idem qu'en 9

⁸ Informatique EBR Inc. possède des bureaux aux quatre coins du Québec et est également l'un des chefs de file en solutions de technologies de l'information.

la province est connue pour sa cuisine et la française pour sa gastronomie, l'immigration maghrébine sera connue pour les technologies de l'information¹». Les migrants économiques entretiennent des rapports affectifs très forts avec leur pays d'origine. Ceci s'illustre par différentes manifestations donnant lieu à la communication et au partage d'informations sur l'expérience d'expatriation : hausse du montant global des transferts d'argent, implication d'émigrés dans des projets de coopération avec le Maroc, mais aussi déploiement de services en ligne, réseaux sociaux, réseaux conseils et échanges juridiques concernant l'expatriation de futurs Marocains.

Problématique et résultats

Depuis 2003, le gouvernement québécois a modernisé les procédures d'expatriation même celle de l'immigration permanente avec l'intégration des TIC dans la catégorie dite des travailleurs qualifiés. Les candidats à l'expatriation au Québec doivent compléter, depuis cette période, une évaluation préliminaire d'immigration en ligne. Il s'agit d'un test gratuit, non officiel et anonyme, permettant d'évaluer les chances que possède un candidat d'être sélectionné par le Québec. En cas de résultat positif, les candidats à l'immigration sont amenés à télécharger un dossier de candidature officiel, la demande de certificat de sélection du Québec. Les candidats à l'immigration consultent toutes les informations par le biais du site Internet du Ministère de l'immigration et des Communautés culturelles : critères de sélection, coût et durée de la procédure, équivalences et reconnaissances des formations et acquis professionnels, recherche d'emploi, recherche de logement, etc. Internet devient désormais le vecteur principal de la préparation du projet d'immigration. De nombreux forums de discussion voués au sujet sont présents sur le web. Candidats marocains et Néo-Québécois en provenance du Maroc, et toutes autres nationalités, peuvent discuter de tous les éléments relatifs à la migration et à la vie au Québec. Nous tenterons donc, d'analyser l'impact engendré par l'accessibilité de l'information, de même que les services offerts par ce gouvernement en ligne auprès des candidats à l'immigration en provenance du Maroc. Les technologies et moyens de communication présents tendent-elles à réduire les malentendus, de même que la désinformation ? Quelle distinction pouvons-nous observer entre éléments d'information et éléments de communication au sein de notre corpus ? Les informations transmises par le Web peuvent-elles augmenter l'immigration en provenance du Maroc ? Celles-ci peuvent-elles également avoir une influence sur la qualité des candidatures à l'immigration et encourager une meilleure intégration ? Nous avons interrogé neuf candidats à l'immigration en provenance du Maroc entre novembre 2011 et décembre 2011. Ces candidats ont été recrutés par le biais d'annonces et sujets de discussion via les principaux forums de discussion destinés au sujet, ainsi qu'une annonce *via* la page Facebook d'Immigrant Québec. Ces entretiens, semi-directifs, se sont déroulés par échanges de courriers électroniques et/ou échanges téléphoniques. Six candidats interrogés sur neuf étaient des hommes âgés entre 25 et 45 ans, trois étaient des femmes, âgées entre 25 et 35 ans. Tous les candidats interrogés utilisent Internet depuis la fin des années 1990 ou encore le tout début des années 2000. Selon eux, ce n'est pas Internet qui suscite l'envie d'aller au Québec chez les Marocains. « L'immigration au Canada, avant même celle du Québec, est connue par beaucoup de Marocains et fait en quelque sorte partie de l'imaginaire collectif. Bien entendu, la nuance est devenue plus évidente avec l'augmentation de l'immigration marocaine au Québec et la diffusion des informations sur le Net²». Les neuf candidats interrogés ont tous exclusivement utilisé l'internet pour l'ensemble de la procédure d'immigration. Aucun n'a pu se rendre au Québec afin d'y effectuer un voyage de prospection.

1 Nabil, Abou, 16 novembre 2011, Le Québec accueille quotidiennement trois nouveaux informaticiens du Maghreb, <http://www.maghrebemergent.info/high-tech/75-entreprise/6264--le-quebec-accueille-chaque-jour-trois-nouveaux-informaticiens-du-maghreb.html>, consulté le 17-02-2012.

² Entretien réalisé le 16 novembre 2011.

Sept candidats sur neuf ont été ou sont en contact avec des membres de la communauté marocaine au Québec ou encore avec des Québécois. Les lieux de connexion sont le travail, la maison, le cyber café et pour deux cas, le téléphone. Huit personnes sur neuf ont un compte Facebook. Tous participent aux forums de discussion à titre de lecteur, contre seulement trois personnes à titre de contributeur. Le temps passé sur l'internet varie entre une heure et quatre heures par jour.

Lorsque l'on aborde la question de la qualité des informations présentes sur la toile, on répond généralement que « les informations sont suffisantes pour mener à bien toute la procédure. On peut mener ses démarches sans recourir au service d'un avocat ou cabinet conseil en immigration. Heureusement, les gens commencent à le savoir... Toutefois, la recherche de précision nécessite beaucoup de temps à passer sur un site en utilisant toutes les astuces pour affiner sa recherche¹ ». Concernant l'internet et une potentielle augmentation des demandes d'immigration en provenance du Maroc, les avis sont partagés : « Il y a une augmentation évidente de l'immigration marocaine à destination du Québec parce que cela demeure possible, que c'est ouvert, et aussi faute de pouvoir trouver une autre destination. Les Marocains ne connaissent le Québec qu'à travers ce qu'ils entendent et ce qu'ils peuvent éventuellement trouver sur le Web² ». Mais une question se pose : les Marocains choisissent-ils véritablement le Québec par conviction ou est-ce un moyen comme un autre de quitter leur pays ? Selon Victor Armory (2007 : 15-16), « l'idée de « choisir » est centrale dans l'expérience des migrants. Certains s'étonnent d'une telle affirmation. Surtout dans les pays du Nord, on a tendance à percevoir le phénomène de l'immigration comme le résultat d'un manque de choix : les malheureux qui se déracinent le font pour s'affranchir de la pauvreté, de l'oppression ou de la guerre ». « Que choisit-on quand on choisit le Québec comme terre d'accueil ? Comment est-on choisi par le Québec pour devenir ses nouveaux citoyens ? Un vrai choix comporte toujours un renoncement, ainsi qu'un saut dans le vide³. » Internet pourrait-il aider à préparer son intégration, à la fois sociale et économique ? Le fait de discuter avec des membres de la communauté marocaine ou encore des Québécois au Québec favorise déjà ce que Lucille Guilbert et Normand Labrie (1990) définissent comme étant le folklore de l'immigration. « Le folklore de l'immigration » apparaît au moment des premiers contacts avec la société d'accueil, mais il est susceptible d'émerger par la suite à plusieurs occasions. Le « folklore de l'immigration » n'est pas une caractéristique exclusive de l'immigrant. La société d'accueil développe également un « folklore de l'immigration ». Elle possède aussi son répertoire de rumeurs, de récits d'expériences, son humour. Compris dans une dynamique relationnelle, le « folklore de l'immigration », bien qu'il soit plus manifeste lors de la période d'immigration, constitue une strate de la relation des personnes de groupes culturels différents. En échangeant avec les candidats à l'immigration marocains, nous nous sommes aperçus que plusieurs utilisaient déjà des expressions québécoises, apprises notamment sur le Web, comme par exemple l'emploi du mot « courriel » afin de définir un e-mail, le clavardage pour remplacer le « chat », ou l'expression « bye bye » pour dire au revoir. Il est donc possible d'affirmer en quelque sorte que les Marocains candidats à l'expatriation, peuvent se familiariser avec le Québec, ses lois, son actualité, ses mœurs et coutumes. D'un point de vue économique, selon un candidat interrogé, « l'accès à l'information facilité par le net pourrait en décourager certains, dans quelle proportion, je ne le sais pas. Les Marocains ne sont plus sans savoir qu'il y a des difficultés d'intégration plus aigües que leurs aînés ne pouvaient supposer (équivalences des diplômes, les professions régies par les ordres professionnels, le taux de chômage des Maghrébins en général, le froid, la culture francophone militante, etc. Il est important de rappeler que les procédures d'immigration, en ce qui a trait aux candidats résidant au Maghreb, peuvent durer en moyenne entre 4 et 7 ans, cette période regroupant le début de la demande de certificat de sélection du Québec, jusqu'à l'obtention du visa de résident

¹ Entretien réalisé le 2 décembre 2011

² Entretien réalisé le 8 décembre 2011

³ Armory, V., 2007, *Le Québec expliqué aux immigrants*, VLB Editeur, Montréal.

permanent et l'arrivée à proprement parler au Québec. Par conséquent, plusieurs candidats se décourageraient et abandonneraient leur projet d'expatriation au Québec. D'autres candidats viseraient à fructifier ce délai d'attente en maximisant les démarches : demandes d'évaluation comparative concernant les formations acquises hors Québec et surtout survol de l'actualité québécoise. « J'ai entamé les procédures d'immigration en 2006, en plein débat sur les accommodements raisonnables au Québec (Goulet, 2011)¹. Cela aurait pu et a certainement dû en faire fuir plus d'un, mais j'ai tenté d'en apprendre davantage sur la société québécoise et aussi sur l'intégration des jeunes générations immigrantes² ». Ce que l'on peut observer, bien avant et même au-delà de la crise des accommodements raisonnables au Québec, c'est le taux de chômage important au sein de la communauté marocaine. En effet, celui-ci y est quatre fois plus élevé : 20,2 % contre 8,2 % pour l'ensemble de la population québécoise en 2001³. Selon une étude publiée en 2011 par Statistiques Canada au sujet de l'intégration et l'adaptation économique des immigrants, un facteur a été jusqu'à présent peu exploré. Il s'agit en effet du capital social des immigrants, c'est-à-dire leurs réseaux personnels, qui se traduisent désormais par les réseaux sociaux via l'internet. « Bien que le capital social soit moins facile à mesurer que le capital humain, il est largement admis qu'il est lié au succès économique⁴ ». Les réseaux sociaux des immigrants, une fois arrivés dans le pays d'accueil, sont moins étendus et moins diversifiés que ceux des Québécois ou Canadiens de naissance. Lors d'un séjour de recherches doctorales en 2011 au Québec, nous avons eu l'opportunité de rencontrer et d'interroger Denise Lussier⁵. Nous avons pu aborder avec elle la notion de compétence interculturelle. Une notion se rapportant davantage à la co-intégration, qui nécessite à la fois une ouverture et un effort de la part d'un Québécois né au pays et de l'immigrant. Nous avons retenu l'idée que les services en ligne n'auraient pas un réel impact sur le nombre de candidature à l'immigration permanente en provenance du Maroc. Néanmoins, il serait donc intéressant d'intégrer davantage de principes découlant du domaine de la communication interculturelle au sein des différents sites Internet liés à l'immigration. « La communication interculturelle relève de plusieurs points de vue : c'est une rencontre entre porteurs de cultures différentes, mais c'est aussi une rencontre qui peut avoir lieu dans le contexte de l'immigration, des relations internationales ou des entreprises multinationales⁶ » Pourquoi cette rencontre ne pourrait-elle pas se produire désormais via les réseaux sociaux, les espaces de discussion et de communication ? Concernant l'intégration professionnelle, certains projets novateurs, notamment en matière de mentorat⁷, ont déjà vu le jour. En effet, le 9 novembre 2011, les membres du Congrès maghrébin du Québec (CMQ) ont lancé leur réseau des technologies de l'information. Un regroupement visant à permettre de favoriser la mise en contact des nouveaux arrivants et professionnels du domaine de l'informatique et des TIC ayant un minimum de 10 ans d'expérience dans la profession. Cette initiative permet aux nouveaux immigrants d'intégrer rapidement un emploi dans leur domaine et ainsi contrer une perte potentielle d'immigrants⁸. D'autres réseaux déjà en

¹ Goulet, S.-H. (2011) Crise des accommodements raisonnables au Québec de 2000 à nos jours, entre crise identitaire nationale, fabulation médiatique et ingérence gouvernementale, Communication présentée lors du Colloque international « Mondialisation des échanges, communication de crise et relations publiques », le 6 octobre 2011, Luxembourg.

Au cours des années 2006-2007, le Québec a connu ce qu'on a appelé la « crise » des accommodements raisonnables. Cette situation découle de faits liés aux demandes d'accommodements en matière de différences culturelles et a même instauré une Commission d'études. Au départ, ce terme se rapporte à une notion juridique canadienne issue de la jurisprudence associée au monde du travail. Elle désigne en fait l'assouplissement d'une norme afin de contrecarrer toute forme de discrimination pouvant entraver au droit à l'égalité du citoyen.

² Entretien réalisé le 16 novembre 2011

³ Idem qu'en 10

⁴ Réseaux personnels et adaptation des immigrants sur le plan économique, Statistiques Canada : <http://www.statcan.gc.ca/pub/11-008-x/2011001/article/11592-fra.htm>, consulté le 16-02-2012.

⁵ Entretien avec Denise Lussier, le 19 avril 2011, Université McGill, Montréal.

⁶ Stoiciu G., l'Émergence du domaine d'étude de la communication interculturelle, 2008, Paris : <http://hdl.handle.net/2042/24171>, consulté le 15-12-2011.

⁷ Le mentorat est un accompagnement apporté par un mentor à une autre personne afin de répondre à certains besoins particuliers dans le cadre d'un projet professionnel : le développement et l'apprentissage de connaissances dans un secteur donné.

⁸ Lancement du réseau IT des Maghrébins du Québec, 11 novembre 2011, <http://www.forumdz.com/showthread.php?34025-Lancement-du-r%E9seau-TI-des-Maghr%E9bins-du-Qu%E9bec>, consulté le 16-02-2012.

place, agissent depuis quelques années, comme par exemple le Réseau des femmes d'affaires marocaines du Canada, l'Association des Jeunes Professionnels du Maroc¹, le Réseau des ingénieurs marocains du Québec² via LinkedIn ou encore le Réseau des expatriés marocains au Québec³. L'interculturalité est un changement de perspective et non forcément une réponse clé à toute forme de communication. Elle doit prendre en compte les notions de différence, d'identité et d'universalité. Le discours interculturel est forcément susceptible de favoriser la production de nouvelles idées communicationnelles et technologiques.

Bibliographie

AGBOBLI, Christian, 2009, *Quelle communication pour quel changement. Les dessous du changement social*, Québec, Presses de l'Université du Québec, coll. Communication, 265 pages

LISEE J.-F., 2008, *Nous*, Montréal, Boréal, 218 pages

ABDALLAH-PRETCEILLE, M., PORCHER L., 1999, *Diagonales de la communication interculturelle*, Paris, Anthropos ; 228 pages

GEORGIU M., (2002), « Les diasporas en ligne: une expérience concrète de transnationalisme », *Hommes et migrations*, no 1240, novembre-décembre, p. 10-18.

MATTELART T., 2007, *Médias, migrations et théories de la transnationalisation*, *Médias, migrations et cultures transnationales*, sous la dir. de T. Mattelart, p. 13-56, Bruxelles, De Boeck

LEWIS, G.J. (1984) *Human Migration: A Geographical Perspective* (London: Croom Helm)

1 Association des jeunes professionnels du Maroc : <http://www.ajpm.ca/>, consulté le 21-02-2012.

2 Le Réseau des Ingénieurs marocains du Québec : <http://www.linkedin.com/>, consulté le 21-02-2012.

3 Réseau des expatriés Marocains au Québec : <http://www.expats-blog.com/fr/nationalites/marocain/en/amerique-du-nord/canada/quebec/>, consulté le 21-02-2012

Al-Jazira, la trace indélébile des révolutions

Une acculturation ou une reculturation?

Atef Khayat <khayatatef@hotmail.com>

LIMSIC Université de Bourgogne. Université Jean Monnet

La chaîne satellitaire qatarie offre à ses téléspectateurs une occasion inédite de se découvrir. C'est le moment de se voir à l'écran sur des multiples facettes et interroger le rapport à l'autre. Dans une démarche sémio-pragmatique nous avons collecté un ensemble d'occurrences de la chaîne qatarie Al-Jazira pour interroger les signes qui font son influence et son succès chez le téléspectateur. Avec ses standards internationaux la chaîne inaugure une expérience nouvelle. Elle présente un discours opposé à la version officielle des régimes en place. A travers sa diffusion internationale, elle donne la possibilité à la diaspora arabe de construire du lien. L'analyse que nous avons faite donne des éléments d'interprétation de cet ensemble cohérent porté à l'écran d'Al-Jazira. Il permet à ces millions de téléspectateurs de s'identifier et de se projeter dans les images. Nous pensons qu'après la digestion de ces images le temps de l'indigestion des systèmes est à prévoir où la chaîne joue son rôle d'agitateur/thermomètre des mutations en devenir. Naîtra alors une dichotomie entre culture islamique et culture laïque.

L'évolution de l'espace médiatique arabophone et la multitude des chaînes disponibles dans les foyers, ne sont pas la résultante d'une évolution émanant de son environnement proche. En d'autres termes, la diversité de l'offre télévisuelle a fait irruption sur les écrans arabophones grâce à une technologie qui a su contourner la médiation par le sol. Une médiation potentiellement contrôlée et même parfois instrumentalisée par les gouvernements en place. Ce développement médiatique n'est pas le résultat d'un espace public arrivé à maturité. Nous sous-entendons qu'un certain nombre d'expériences, soulèvement, mouvement social, etc., donnerait une « légitimité mécanique » à l'opinion publique. En revanche, on peut davantage percevoir un ensemble d'initiatives mues par des motivations aussi diverses que les maux de cette société arabe tiraillée entre plusieurs cadre de références. Le téléspectateur se trouve non pas devant un espace médiatique unique, mais face à une juxtaposition d'espaces qui lui propose un ensemble de filtres pour sa consommation télévisuelle.

Vers une nouvelle socialisation...ou acculturation ?

Une des propriétés des TIC est de modifier le rapport que les individus et les groupes entretiennent avec le temps et l'espace. La question de la permanence et des évolutions des liens sociaux se trouve donc renouvelée autour de l'émergence de nouveaux groupes, de nouveaux acteurs et de nouvelles formes de cultures, auxquels s'ajoutent les possibilités d'interaction à distance et de mise en réseau. Ainsi, la figure traditionnelle du lien communautaire supposant la proximité est remise en cause par les usages qui induisent un renouvellement, des extensions et des hybridations de ce lien. Deux figures contrastées peuvent se distinguer. Dans un premier cas, celui de diaspora dispersée dans l'espace. Les TIC permettent de renforcer les liens avec la communauté d'origine tout en la révélant à elle-même. Dans le second, elle constitue un moyen d'organiser le lien entre les membres de cette diaspora.

Le « modèle occidental », qui s'est répandu dans le monde par médias interposés, permet une ouverture culturelle, mais réduit d'autant les capacités autonomes de création culturelle. Depuis les années quatre-vingt cette dualité s'est accentuée avec la mondialisation, il est donc essentiel, pour ne pas confondre mondialisation de la communication et « impérialisme culturel occidental », d'établir une régulation. Al-Jazira constitue une illustration de la tentative de

rééquilibrage des flux d'information, de culture et de communication Nord/Sud. Certes, il est illusoire de penser que croire c'est voir et voir c'est savoir. Mais cette culture d'ouverture, tant acclamée, ne passe-t-elle pas par l'éducation du regard ?

« La société d'information », portée et limites d'un concept extensif

Quels que soient les procès qui lui sont périodiquement faits, la télévision a changé la politique, en obligeant ses acteurs à plus de transparence. Depuis sa création, la télévision a fait plus pour rapprocher les classes d'âge, les acteurs sociaux, les visions du monde et la compréhension de la planète que toute autre technique. Et c'est cette réalité anthropologique fondamentale qu'il ne faudra pas perdre de vue. Comment aborder les médias arabes et la télévision en particulier, sans évoquer les contenus auxquels sont exposés les millions de téléspectateurs de l'immense zone arabophone? Pour présenter la situation de manière simple, on pourrait désigner cet espace comme un environnement rigide, sur lequel un certain nombre d'États exercent une main mise, en contrôlant étroitement la diffusion. Les informations sont « formatées » au gré du pouvoir en place et les « Drama » (séries télévisées) sont le seul genre offrant une vision critique plus ou moins tolérée de la vie sociale. Ce genre télévisuel, qui fascine ses publics et leur offre un moment de détente quotidien, trouve son origine dans la mémoire collective et mythologique des « mille et une nuits », le récit s'arrêtant à un moment-clé de la narration, pour laisser la place au rendez-vous de demain. En ce sens, il s'agit d'un parfait mariage de tradition et de modernité, des contes et des techniques scénaristiques modernes. Dans ces sociétés dont la population est confrontée à des dures contraintes, la télévision reste au cœur de la vie sociale.

D'ailleurs, le succès que connaît ce genre télévisuel amène à s'interroger sur la place que peut avoir une télévision d'information continue. Nous assistons dans la région à un foisonnement de langues et de cultures différentes. Or, la diffusion par satellite a ouvert une nouvelle ère. Elle contribue selon les uns, à mettre en péril l'unité nationale et selon les autres, à ébranler les valeurs et les cultures locales, au profit d'idées divergentes ou progressistes qui menaceraient la stabilité dans la région (Jon B. Alterman, 2005). D'autres au contraire, affirment que la diversité médiatique et l'expression d'avis contradictoires constituent le meilleur antidote contre la censure et la « voix unique ». Ce serait donc, une manière d'œuvrer à la démocratisation de ces sociétés.

L'habillage d'antenne, une densité iconique

Face à ces flux énormes de chaînes de télévision qui envahissent les espaces audiovisuels en général et arabe en particulier, des stratégies de démarcation sont mises en œuvre pour se distinguer de la concurrence et affirmer une identité visible. En effet, l'écran de télévision, tel qu'il apparaît aujourd'hui, est le foisonnement de canaux, de thèmes et de genres qui ne cessent de se décliner et de se multiplier.

Dans une chaîne d'information continue, la subtilité est de donner l'illusion de voir un long métrage taille nature. Les extraits ne sont pas des récits fictionnels mais des récits calqués sur la vie courante. Les acteurs sont réels, ce sont de vrais gens. Ils ne sont pas là pour jouer un rôle. Le scénario est véridique, les scènes se déroulent selon une seule et unique logique imprévisible, celle de l'événement. L'habillage aide à renforcer la proximité avec les téléspectateurs. Il contribue à la formation d'une identité et d'une personnalité propre à la chaîne. Celui de la chaîne Al-Jazira est chargé de sens, dans la mesure où il tente de garder un lien fort avec son téléspectateur. Le logo est parmi les éléments constitutifs de l'habillage de la chaîne.

Le logo

Dans sa fonction d'annonce, l'habillage d'antenne est l'occasion privilégiée de rencontre entre le projet scripturaire et le projet audiovisuel. Actuellement, on imagine mal une

chaîne de télévision se présenter à son public sans logotype. Il est l'exemple par excellence du croisement porteur de sens informatif et esthétique entre la lettre, le chiffre et l'image. L'acronyme y devient image, sans perdre pour autant de sa signification première d'annonce.

Le logo de la chaîne, l'île en calligraphie arabe, de couleur dorée est symbolique à plus d'un titre. Premièrement, le nom en soi ne fait allusion à aucun espace géographique ou frontalier existant de nos jours. Au contraire, il rappelle ce passé lointain où on appelait cette partie du monde la péninsule arabique. Le nom est porteur de plus d'un sens et chez plusieurs catégories de ce monde arabe. Dans ce sens, chez les nationalistes, il les renvoie à cette période d'après indépendance où tout le monde croyait à la possibilité, rêve nationaliste sous l'égide de Nasser, de redorer le blason d'une nation en quête de sens. Sur un autre plan, il répond aux fantasmes de la frange religieuse ou islamiste pensant que le redressement de la nation passe uniquement et obligatoirement par la religion et par un retour aux sources. Le nom les renvoie à ce passé glorieux, symbole de la grandeur qu'a connue la nation et sa capacité à conquérir le monde. Redevenant ainsi, selon le texte¹ la meilleure nation. Avec tout ce qui pourrait inclure la terminologie insulaire de sens, à savoir l'exception, la particularité, la liberté, l'évasion, l'ouverture, etc. L'appellation pourrait interpeller les libéraux ou les occidentalistes. Toute la symbolique dans ce choix provient de ce nom commun qui s'avère chargé de sens dans l'histoire et la mémoire collective arabe. C'est un référent commun, qui rend son assimilation facile et légère par son récepteur. En dernier, c'est un terme généraliste et englobant dans le sens où il n'exclut aucune sensibilité composant le paysage arabophone ; les non arabes et/ou les non musulmans (kurdes, berbères, druzes, turkmans, etc.).

L'identité propre

L'habillage est donc venu pour faire figure de metteur en exergue d'une identité propre. Cette identité s'affirme par le biais des logos, des jingles, des bandes d'annonce ou des autopromotions qui jalonnent les programmes de la grille. Leurs rôles quand à eux est de traduire constamment le positionnement de la chaîne, ses orientations et sa stratégie. Ces signalétiques et grammaires visuelles constituent un processus de communication qui s'adresse au sens et plus particulièrement à l'œil et à l'ouïe (Mussou C., et Zanesi Ch., 2002, P6). C'est dans ce sens que Philippe Quinton (2002, P8) affirme que les chaînes de télévision fonctionnent désormais, comme des marques et qu'elles sont touchées par le syndrome de la grande distribution en devenant des diffuseurs-distributeurs, analogues à des grandes surfaces de la production audiovisuelle.

L'environnement acoustique

Dans le cas des télévisions, l'élément sonore vient compléter les aspects graphiques et renforcer l'image pour lui donner un référent sonore, une ambiance acoustique, voire une signature d'autant plus importante quand il s'agit des radios. Les bandes sonores qui accompagnent les images interstitielles servent aussi à une fonction d'annonce, plus encore, de repère. L'illustration sonore est parfois directement sortie de l'image pour donner plus d'authenticité. Sans être toujours aussi directe et impérative, la bande sonore doit coller à la double identité visuelle des textes et des images, tout en apportant une cohésion d'ensemble – textuelle, visuelle, sonore – à ce qui annonce la chaîne ou l'émission. Cet élément sonore qui joue un rôle d'annonce n'est pas une unité statique, insérée ou isolée entre deux programmes voir entre deux séquences. Mais il est appelé à répondre à une vocation d'indication précise ainsi que d'évocation indirecte, laissant ainsi deviner, voir désirer, la suite des images. L'habillage sert donc le propos et devient l'emballage pour emballer les programmes diffusés par la chaîne. C'est le méta-signe (Philippe Quinton 2002, P8) pérenne qui ponctue le temps de l'antenne et assure une redondance du discours de la chaîne face à la concurrence.

¹ Vous étiez la meilleure nation sortie au monde vous ordonnez le bien et vous interdisez le mal, le saint Coran sourate Al Oumran versé 110.

Les programmes interstitiels constituent un ensemble cohérent, ils parlent d'éphémérides, d'un retour sur des faits historiques marquants, de découvertes scientifiques majeures ou d'un souci écologique dans l'espace arabe. Autant de faits, retracent un lien en filigrane avec le reste de la programmation sans dénoter une rupture apparente avec ce qui précède. Un temps court et utile pour préparer le téléspectateur au programme qui va suivre. Une forme de culture générale.

La séquence autoréférentielle

C'est le clip qu'on voit le plus souvent revenir sur les écrans en regardant la chaîne qatarie. On voit représenter le globe tombant du ciel et touchant le fond de la Mer Arabe (Chatt El Arab). Il rejaillit de ce même fond pour se transformer à la surface en logo de la chaîne, calligraphie arabe d'Al-Jazira. C'est une séquence chargée de sens dans la mesure où elle détermine l'historique, les références et les racines profondes de l'énonciateur.

Le Golfe Arabe pourrait renvoyer à des multiples interprétations. Une interprétation géographique pour situer le Golfe, une référence politique en s'appropriant le Golfe Arabe et non Persique. La dernière référence est celle de l'imaginaire religieux et de la sacralité que pourrait représenter l'eau dans l'Islam. Médiatiquement, on assimilera cette mer à l'espace médiatique arabophone en stagnation que la chaîne qatarie viendrait agiter pour en changer la configuration. On remarquera aussi la synchronisation du son qui apporte une impression de continuité. La bande sonore, colle parfaitement à l'image pour lui donner une profondeur naturelle. On entend la mer s'agiter et le bruit de l'eau. Ce clip représente plusieurs rôles dans ces intervalles qu'il vient occuper. Il est au même temps la virgule, le point, la majuscule et le trait d'union dans les programmes. Il annonce aussi bien les parties dans la même émission, comme il peut annoncer le début et la fin du journal télévisé, avec lequel il a beaucoup de point commun iconographique.

Les Bandes-Annonces

Les segments les plus intéressants dans ces espaces interstitiels sont ces bandes-annonces, des segments de trente ou soixante secondes où la chaîne fait la promotion, soit de quelques émissions spécifiques de sa grille, soit d'elle-même en général. Ces bandes institutionnelles apparaissent à l'écran fréquemment et se renouvellent assez souvent. Leurs caractéristiques principales sont de prendre la chaîne elle-même comme objet de leur discours. Ils se mettent donc en position méta-discursive par rapport aux énoncés « normaux » de la programmation standard. Les images dans ces bandes-annonces offrent une signification sans difficulté et un surplus de sens. Elles donnent au moins deux types d'accès à l'évènement : un accès iconique, celui de la nouvelle en images et, à travers celui-ci, un accès symbolique, celui de l'évènement comme fragment d'imaginaire.

Transmettre en continu et en direct - non stop live – une actualité plus passionnante que n'importe quelle fiction, parce que seule la réalité – médiatisée de cette façon – dépasse la fiction. Seule la réalité offre des histoires si riches de suspense, de retournements de situations, de moments d'incertitude, de pièges et de cruauté. Tout peut arriver sans scénarii prédéterminés et échappant au contrôle de tout le monde. L'évènement est porté encore une fois par son inertie. Au même temps et dans ce même contenu de l'héroïsme, de l'honneur, de l'intégrité, de la justice. Un ensemble bien mixé dans un mélange indissociable, comme dans la vie. Selon les *cultural studies*, les *news* dramatisées sont vraies parce qu'elles offrent une représentation de la guerre, de l'homme et de l'information. En s'appuyant sur la doxa contextuelle, les séquences font sens parce qu'elles sont reconnues comme signifiantes à partir d'une série de valeurs partagées. Lu à travers le filtre des stéréotypes et de l'imaginaire socioculturel, les séquences de la bande annonce montrent immédiatement leur parenté étroite avec les plus grands ouvrages d'imaginaire collectif que sont les livres de religions, à savoir ces notions de sacralité, de sacrifice et de croyance (Juremir Machado Da Silva 2008, P11).

La chaîne a accompagné les révolutions tunisienne, égyptienne et libyenne. Elle a fait usage de cette technique du « flou artistique »¹ pour mettre en exergue l'instant. Elle a fait de ces moments de l'actualité un temps de l'histoire. Une couverture qui déplait aux régimes mais qui a renforcé la position de la chaîne comme source et pilier incontournable de la scène politico-médiatique régionale. Le téléspectateur autrefois maillon faible, s'est accommodé à ce nouveau genre télévisuel venu du ciel. Ceci est clairement défini dans les réponses au questionnaire en ligne. Les participants ont désigné les points faibles de la chaînes Al-Jazira (elle ravive les tensions entre les pays arabe, c'est une télévision d'Etat, elle donne la parole aux extrémistes) et les points forts (impartiale, objective, liberté d'expression). Toutefois, la chaîne est pour eux la première source d'information notamment, pour les événements majeurs. Nos entrevues avec les journalistes, viennent corroborer la quête permanente de l'information chez le téléspectateur. Selon ces mêmes journalistes et responsables, le succès de la chaîne provient d'une adéquation entre la programmation et ce qu'ils appellent l'« humeur publique arabe » (en opposition à la notion d'opinion publique). Ils définissent cette humeur publique comme une pensée politique dominante, une idée fixe. Par exemple, la condamnation de ce qui se passe en Irak ou en Palestine, critique de la politique américaine et de la politique des dirigeants arabes.

Dans son accompagnement de ce qu'on appelle désormais le printemps arabe, la chaîne couvre un territoire et pas simplement un espace. C'est la représentation collective d'un espace-temps, un lieu d'histoire et de projet « enraciné », ancré dans un espace. Le territoire est un espace défini par les représentations des acteurs qui s'y réfèrent parce qu'ils partagent un passé et une mémoire collective -« une terre-histoire » pour reprendre une formule de Jacques Beauchard, un présent vécu collectivement, ainsi qu'un projet ou une vision du futur. L'effet « contagion » de ces mouvements dans les pays arabes ; Tunisie, Egypte, Libye, Bahreïn, Yémen, Syrie... n'est autre que l'imaginaire collectif qui prend corps. Un imaginaire qui tend la main, jamais ces peuples n'étaient aussi proches de sa réalisation. « *Tout imaginaire est une narration, un récit, une trame. Un point de vue. Vue d'un certain point. L'imaginaire est un mythe ? Imaginaire est le nom que l'on donne au récit mythique contemporain ? L'imaginaire est le récit mythique de l'ère des médias, de la « société du spectacle » (Debord), de l'époque des « phénomènes extrêmes » (Baudrillard), de la complexité (Morin), du lien social (Maffesoli) ?* » (Da Silva J. M., 2008, P13)

L'imaginaire comme cible

Nous avons vu la mise en scène de l'intériorité dans les clips de la chaîne Al-Jazira. Cette notion de dévoiler le caché et de rendre visible ce qui était auparavant invisible, rend l'information plus attrayante. Braver l'interdit, casser les mythes pour se mystifier soit même ou attaquer les tabous pour se décomplexer et revendiquer sa liberté, est un mode observable dans la programmation de la chaîne. Elle vise à rendre public ce qui était de l'ordre des coulisses et l'apanage de privilégiés à savoir la classe politique. Dans cette superposition des espaces et à travers les passages du local-territorial-mondial, elle offre à ses téléspectateurs des échelles pour aborder une nouvelle ère de communication. Une sorte de leçon collective d'émancipation par rapport à une politique dogmatique opérée par les Etats arabes.

Après la notion d'esthétique que les médias ont emprunté à l'art, voilà qu'une deuxième notion vient enrichir le contenu, à savoir celle de l'imaginaire. Nous sommes partis pour interroger le couple déterritorialisation/reterritorialisation pour arriver à celui d'acculturation/reculturation (Adam A., 1975, pp. 7-15).

¹ Un effet de flou désiré et maîtrisé sur l'image, le bokeh par exemple.

Conclusion

La diffusion satellitaire inaugure entre autre (le droit de réponse et le lien de la communauté avec son pays d'origine) une expérience nouvelle, celle de l'exposition au regard de l'autre, de sa singularité, de sa mémoire collective et de son imaginaire « *Véhicule essentiel de notre mémoire collective, l'histoire télévisée renforce le sentiment d'appartenance à une communauté nationale* » (De Cheveigné, 1998, p177). Pris sous un angle optimiste, cet espace réinventé sera fécond pour une culture plus large débrayée des préjugés et des clichés stigmatisant. Mais nous ne pouvons nullement ignorer une forme de reculturation renaissante et vivace qui rappellerait un imaginaire, une mémoire et une représentation de soi et de l'autre. Le succès récent des islamistes dans les élections en Tunisie, au Maroc et en Egypte en est la preuve.

Il y a toujours cet abus de considérer les pays arabes dans un seul et unique monde en dépit des différences économiques, politiques et culturelles entre ses composantes. A travers notre analyse sémio-pragmatique, nous avons tenté de comprendre la réussite de cette chaîne. Elle a trouvé des dénominateurs communs à ces cultures disparates et les a intégré à un espace médiatico-culturel globalisé au sens de J. Tardif et J. Farchy¹. Elle a su se synchroniser, comme dans une communication interpersonnelle, sur une culture commune pour faciliter l'appropriation de son discours. A travers son site Internet et ses liens avec YouTube et Facebook, Al-Jazira devient le réceptacle où les opinions, les sentiments et les émotions viennent bombarder l'écran au même moment que les millions d'électrons. La représentation de son aire de prédilection, en l'occurrence le monde arabe, mais aussi, des autres aires culturelles ne serait qu'une simulation d'un espace inventé de culture mondialisée. L'homme arabophone et la diaspora arabe se sentiront représentés et intégrés dans cette mondialisation qu'ils vivent bon gré/mal gré. Nous avons souvent croisé l'expression de « Fenêtre sur le monde » pour décrire la télévision. Désormais, la télévision ou plus exactement les télévisions ont donné une extensibilité à ce terme pour devenir plutôt une « baie-vitrée sur le monde », peu importe le langage, le plus important est cette image polysémique donnant à voir.

Bibliographie

- ADAM A., 1975, « Le changement culturel dans le Maghreb indépendant : acculturation ou reculturation », *Revue de l'Occident musulman et de la Méditerranée*, n° 19, pp. 7-15.
- ALTERMAN JON B., 2005, « The Challenge for Al Jazeera International », in TBS journal, n°14. <http://www.tbsjournal.com/Archives/Spring05/alterman.html>
- BADIE B., 1995, *La fin des territoires*, Paris, Fayard, p276.
- BARTHES R., 1957, *Mythologies*, Paris, Seuil, p233.
- BOURDIEU P., 1996, *Sur la télévision, suivi de l'emprise du journalisme*, Paris, Raisons d'Agir, p95.
- CHARAUDEAU P., 2005, *Les médias et l'information, l'impossible transparence du discours*, Bruxelles, Editions de boeck-INA, p250.
- DA SILVA J.M., 2008, *Les technologies de l'imaginaire*, (Pottier E., trad.). Paris, La Table Ronde, p159.
- DE CHEVEIGNE S., 1998, « Médiateurs et visions du monde : l'environnement dans le journal télévisé » Dans J. BOURDON et F. JOST (dir), *Penser la télévision*, Nathan/INA, P77.
- FLOCH J-M., 1995, *Identités visuelles*, Paris, PUF, p232.

¹ Vincent Lowy, mémoire d'Habilitation à Diriger des Recherches, « La surexposition des catastrophes dans les représentations cinématographiques de la mondialisation », novembre 2010, p. 19.

- GERVEREAU L., 2004, *Voir, Comprendre, Analyser les images*. Paris, La Découverte, p198.
- HOLTZ-BONNEAU F., 1998, « Génériques et habillages de télévision à la rencontre de l'infographie », *Les Dossiers de l'audiovisuel, INA*, n°101, pp.15-17.
- JOST F., 2004, *Introduction à l'analyse de la télévision*, Paris, ellipses, p174.
- LARDELLIER P., 2003, *Violences médiatiques contenus, dispositifs, effets*, Paris L'Harmattan, P272.
- MUSSO P., 2008, « Critique de la notion de "territoires numériques" », *Cyberespace et territoires Quaderni*, n° 66, Sapientia, pp76-81.
- MUSSOU C., et ZANESI Ch., 2002, « Couleurs d'antennes », *Les dossiers de l'audiovisuel, INA-GRM*, n°101, pp.6-7.
- QUINTON P., 2002, « Affirmer son identité », *Les dossiers de l'audiovisuel, INA*, n°101, Paris, pp.8-9.
- SEMPRINI A., 2000, *Analyser la communication, comment analyser les images, les médias, la publicité*. Paris, l'Harmattan, p270.
- TARDIF J., FARCHY J., 2006, *Les enjeux de la mondialisation culturelle*, éditions HC. (ouvrage épuisé)

Technologies de l'information et de la communication et démocratie en Afrique

Alain Kiyindou <alain.kiyindou@msha.fr>

Mica, EA 4426, Université Michel de Montaigne, Bordeaux 3

Cette étude vise à analyser les pratiques des publics en matière de TIC pour le développement social et se base sur l'analyse d'expériences diverses liées aux pratiques démocratiques, allant des outils les plus simples comme la photo aux plus complexes comme les nouveaux médias en passant par la radio et la vidéo communautaire. Il s'agit donc d'une analyse patiente visant à décrypter les points forts et les points faibles, les usages classiques et inédits, les conditions optimales de leur utilisation, les facteurs favorisant leur succès. Un regard sur l'évolution des usages et des pratiques permet de mieux saisir les différences contextuelles et de révéler les stratégies d'adaptation et, ou d'appropriations particulières voire d'usages inattendus. Quels sont les facteurs qui concourent à la réussite des objectifs de développement ? Voilà en substance la question centrale de cette étude. La démarche adoptée est fondée sur l'observation et l'analyse des pratiques, des enjeux, logiques et stratégies.

L'histoire nous montre que beaucoup de produits technologiques et de pratiques ont été sous estimés ou pas pensées du tout. On peut évoquer le téléphone portable sur le plan des ventes, mais il y a aussi, surtout, ces usages courants en Afrique, en Amérique latine, qu'on n'avait jamais imaginés. C'est donc dans les usages et non dans les offres technologiques que se révèlent les « arts de faire ». La révolution arabe vient de montrer une fois de plus des possibilités insoupçonnées, conduisant à inscrire les TIC parmi les facteurs déterminant de cette révolution. Mais au-delà de l'usage simple, il s'agit de confrontations d'usages, ceux des opposants au régime (contrôle, verrouillage, identification, géo-localisation) et ceux des utilisateurs ordinaires, orientés vers la survie et l'amélioration de leur quotidien. C'est comme si, le pouvoir (technique ou politique) mettait en place des stratégies de conservation de ses positions dominantes tandis que l'individu tentait de les déjouer par des tactiques diverses¹. L'examen des applications des TIC dans le développement social et économique est riche d'enseignements. Il fait ressurgir la prépondérance de la culture, de l'environnement matériel, politique, économique et social dans lequel se situent ces projets. La question du lien social, du genre, de la télémédecine, de la réduction de la pauvreté, du développement agricole, de la liberté d'expression ou de la démocratie tout court, sont autant d'enjeux qui révèlent les stratégies individuelles et collectives des groupes confrontées à ces techniques souvent venues d'ailleurs. C'est donc la place de l'homme qui est évoquée ici. L'homme simple, ordinaire qui pour le cas de la Tunisie est symbolisé par Mohamed Bouazizi ou le blogueur landa, celui qui choisit, calcule, se débrouille avec les moyens de bord pour adapter la technique à l'environnement dans lequel il vit. Cette socialisation de la technique s'accompagne d'une domestication dans la mesure où elle est parée de la culture locale. La question de la débrouillardise est un des points focaux de l'appropriation technologique dans les pays en développement. L'introduction de la culture locale à la radio, l'intervention des usages inédits de la téléphonie mobile à travers notamment ce qu'il est convenu d'appeler les cabines téléphoniques, l'apparition du *radio surf* et bien d'autres pratiques, sont autant d'exemples qui témoignent de la supériorité de l'homme sur la technique. Dans tous les cas, la question de départ garde toute sa pertinence. Comment utiliser au mieux les TIC au service de la démocratie ?

Cette question est d'autant importante que les technologies numériques sont un défi, un enjeu, un pari, certains auteurs, c'est le cas de Bonjawo², ajoutent d'ailleurs, qu'elles sont les outils de la dernière chance. Elles « permettent le saut d'étape », saut bien connu sous le terme anglo-saxon de « *leapfrogging* ». Mais, le pari, nous rappelle Ellul³, est l'attestation de l'audace,

¹ Michel de Certeau, *l'invention du quotidien : les arts de faire*, Folio/essais, Gallimard, 1990.

² Jacques Bonjawo, *L'Afrique du XXIème siècle*, Karthala, Paris, 2005.

³ Jacques Ellul, *Le bluff technologique*, Hachette, 1988.

c'est aussi, l'affirmation que l'on prend des risques. Des risques pour soi, pour les autres, pour la société. La technologie n'assure donc pas forcément le bonheur de l'humanité. Elle est aussi un risque que les populations bénéficiaires mesurent avec clairvoyance. Sur le plan théorique, notre posture est donc à inscrire dans le cadre de la communication pour le développement, une vision critique éloignée de la toute puissance des Tic.

Les TIC favorisent-ils la démocratie ?

Du grec *Dêmos*, peuple, et *kratos*, pouvoir la démocratie signifie « gouvernement du peuple par le peuple ». Plus concrètement régime dans lequel tous les citoyens possèdent à l'égard du pouvoir un droit de participation (vote) et un droit de contestation (liberté d'opposition). Une société démocratique suppose le pluralisme, la tolérance et l'esprit d'ouverture. C'est donc au regard des contestations multiples relayées par les TIC que l'idée d'une technologie de l'information et de la communication « démocratisante » s'est affirmée. Elle implique que la liberté d'expression vaut non seulement pour les informations et les idées accueillies avec faveur mais aussi celles qui heurtent, choquent et inquiètent l'État ou une fraction de la population (Kiyindou 2007). La liberté d'expression constitue donc l'un des fondements essentiels d'une société démocratique, l'une des conditions primordiales de son progrès et de l'épanouissement de chacun. Pour beaucoup, la cyberdémocratie est l'aboutissement évolutif et organique de l'intelligence collective vers un idéal démocratique planétaire implanté par les technologies de l'information. Ainsi, malgré de nombreux écueils, on assiste, dans les pays du Sud, à la multiplication d'initiatives visant cet objectif. Le projet AKOMA NTOSO (« *Architecture for Knowledge-Oriented Management of African Normative Texts using Open Standards and Ontologies* »), apparaît, sur ce point, comme un excellent exemple. AKOMA NTOSO est un standard XML pour la gestion des actes législatifs, des rapports législatifs, des rapports des débats et d'autres documents. Il permet, entre autres, de créer une base commune applicable à l'ensemble des systèmes de gestion des documents parlementaires, législatifs et judiciaires au sein des institutions africaines. Par ailleurs, des sites officiels comme Sierra Leone (<http://www.sierra-leone.org>), Botswana (<http://www.gov.bw>)... visent l'information du citoyen sur la vie publique, les institutions, les actions du gouvernement et affichent clairement leur ambition démocratique. De nombreuses actions sont aussi menées par le biais des TIC pour favoriser l'expression des femmes, lutter contre la violence dans les foyers, le sida...

Nouveaux espaces d'expression démocratiques ?

Avec les nouvelles technologies, d'autres formes d'expressions émergent. Elles n'émanent pas du travail parlementaire, mais de la révolution numérique, de la mutation des télécommunications...

Rappelons tout de même que, les blogs, forums et sites Internet ne sont pas les premiers à favoriser l'expression démocratique. Sans aller jusqu'à évoquer l'arbre à palabre, la place du marché, on peut citer dans le cadre strict des TIC, l'exemple de la radio. En effet, à travers les forums et les clubs radio, celle-ci a constitué un important espace d'expression libre¹. Les TIC ne viennent donc que s'ajouter à une série d'autres espaces, souvent plus en phase avec le système culturel (Kiyindou 1999). Les réseaux sociaux, en facilitant l'expression de tous favorisent l'éveil des consciences militantes. L'avantage de l'expression par les TIC est qu'elles offrent la possibilité de garder l'anonymat et de partager ses expériences, ses espoirs et ses doutes avec des partenaires distants. On trouve aujourd'hui des sites, des blogs, des forums

1 Il existe aujourd'hui, différents types de radio locale, des radios professionnelles de type commercial, religieux, associatif ou communautaire. Toutes jouent un rôle particulier en termes de service public, en particulier en encourageant la communauté toute entière à participer activement à la démocratie locale.

et d'autres dispositifs qui prônent la libre parole des populations, qui se positionnent comme contreponds de la parole du pouvoir politique. Dans l'ensemble, ces espaces essaient d'aborder des sujets proches du peuple tout en lui laissant la parole. La proximité que nous observons ici va au delà de l'acception journalistique qui se formalise à travers la notion du mort kilométrique. Elle apparaît plutôt comme une affinité non seulement avec l'information elle-même mais aussi avec la forme.

De la multiplication des sites Internet

On trouve aujourd'hui sur Internet, de nombreux sites qui se veulent l'écho des populations du Sud. C'est, en gros, leur parole qui y est relayée, leur regard, leurs préoccupations. Le contenu reflète souvent le langage courant. Il peut être cru, mais puisant largement dans le parler populaire. Les proverbes, les citations y sont légions. L'observation des noms fait apparaître un réel désir de recherche ou d'affirmation identitaire. Ils ont en outre pour beaucoup d'entre eux une signification très profonde, rappelant soit la tradition, soit l'historiographie du pays. En effet, la démocratie c'est aussi la possibilité laissée à l'autre d'exprimer son identité, c'est d'ailleurs la perspective de la convention sur la diversité culturelle signée à l'Unesco le 20 octobre 2005. Au delà des acteurs, la reconnaissance de toutes les formes d'expression participent à la liberté d'expression dans la mesure où l'espace démocratique se veut non exclusive. Les dirigeants des partis, en tant que principaux vecteurs des idées politiques, jouent un rôle prépondérant dans l'expression. Les sites leur font souvent référence. Mais l'expression démocratique se fait aussi autour d'un certain nombre d'éléments graphiques : le drapeau, le tamtam, l'arbre, les amulettes, la case, la femme, la statuette, laalebasse la carte de l'Afrique, le masque... On pourrait dire que les créateurs de sites reproduisent ici l'image qu'ils ont du pays ou en tout cas essaient de coller à celle de leur continent. Par le graphisme, les auteurs expriment à la fois leur identité et leurs aspirations politiques. Le site devient donc, de ce fait, un support d'affirmation politique. C'est le contreponds de l'espace médiatique fortement occupé et régenté par le pouvoir politique.

En dehors de ces positionnements idéologiques, les sites africains commencent à se démarquer par l'interface graphique. Celle-ci permet de se distinguer des autres et donc de se rendre visible voire remarquable. En effet, à quoi servirait-il de s'exprimer si l'on n'est nullement entendu ? On est donc ici dans le jeu de la captation d'audience dans lequel interviennent les industries du référencement et dans lesquels les petits sites sont en position défavorables. Ce qui est certain, c'est que l'internaute doit pouvoir se repérer facilement dans cet espace en se servant des indicateurs qui font partie de sa vie quotidienne.

Le site de la Fédération congolaise de la diaspora (<http://www.fcd.ras.eu.org>) présente une panoplie d'articles que l'on peut regrouper dans les rubriques cultures, économie, politiques... tel qu'on pourrait les trouver dans n'importe quel site. Ce qui est marquant par contre, c'est le ton affiché et cet effort de vouloir donner la parole au public à travers la mise en place des rubriques du genre : Opinion, Pétition, Lettre ouverte... A côté de ces rubriques, des titres fort évocateurs décorent la page d'accueil : Les nouveaux esclavagistes, Plainte pour détournements et recels, Arrestations extrajudiciaires par l'armée, Les disparus du beach¹...

De manière générale, ces espaces sont fortement marqués par les nombreuses blessures du pays : guerres fratricides, corruption, pauvreté, injustice sociale...autour desquelles se construisent la plupart des discours.

Les weblogs comme espace démocratique

Le phénomène de weblog a conduit à de nouvelles initiatives. Les projets de journalisme citoyen ou participatif débouchent sur des sites qui éditent, centralisent des informations d'individus, sorte de capteurs, qui proposent des articles, des images, de l'audio

¹ Article faisant référence aux 353 personnes disparus au Beach de Brazzaville, après avoir décidé de regagner le Congo après la guerre de 197 (en avril 1999).

ou des vidéos. Chacun peut être témoin d'un fait, d'un événement, d'une action qu'elle peut présenter de manière spontanée et publier sous forme textuelle ou audiovisuelle. Cela est d'autant facile que les caméras vidéo se multiplient et que les téléphones portables permettent de réaliser des films exploitables sur l'Internet. Les internautes peuvent être témoins d'événements ou identifier des informations, des renseignements difficilement accessibles. Ces différentes initiatives permettent de s'opposer à la désinformation comme elle peut être source de désinformation ou de mésinformation. Ceci s'explique par le fait que la plupart des journalistes improvisés, n'ont ni la méthode, ni le recul nécessaire. Ils peuvent ainsi, facilement colporter la rumeur.

Quand les forums attirent les foules

A côté des sites ordinaires et des blogs, il y a une multiplication de forums dont certains sont spécialisés dans la vulgarisation du droit. En effet, l'accès au droit dans les pays du Sud est difficile et restreint, et cela pour de nombreuses raisons. Parmi elles, peut être citée la faible diffusion papier des ressources juridiques nationales, due, en partie, au manque de moyens matériels et financiers. Or, depuis une dizaine d'années, des projets de diffusion des ressources juridiques via Internet se développent, donnant ainsi un accès libre aux informations juridiques publiques. A côté de ces sites, des juristes, notamment ceux de la diaspora interviennent dans le débat public pour expliquer les points de droit. On trouvera ainsi sur Internet, de nombreuses mises au point d'avocats notamment sur les questions liées aux constitutions nationales, aux élections... Mais au-delà des aspects juridiques, les forums qui au départ ressemblaient plus à des défouloirs sont devenus des espaces où le plus souvent l'éthique l'emporte sur la passion. On peut par exemple suivre un étrange débat sur la mort d'un acteur important de la guerre dans tel ou tel autre pays, l'action d'une organisation non gouvernementale...

L'ère de la téléphonie mobile

Au-delà du lien social, le téléphone mobile s'est avéré un excellent outil de coordination et d'organisation des masses. De nombreux meetings sont ainsi organisés en s'appuyant sur ce moyen de communication à la fois très rapide et très ciblé. Mais le téléphone mobile est avant tout un moyen pour exister, être compris, pour participer à une relation sociale.

On peut toutefois se demander si le téléphone portable ne comporte pas aussi un plus grand contrôle social de la part des gouvernants. Au-delà des interceptions téléphoniques, l'analyse du trafic téléphonique et le contrôle des déplacements des personnes (grâce au fait que tout téléphone doit « s'accrocher » à un répéteur du système localisé sur le territoire pour pouvoir fonctionner) constituent des instruments désormais indispensables pour les agences d'espionnage et pour les forces de polices du monde entier.

Le rôle des technologies de l'information dans l'expression démocratique des pays du Sud ne peut donc être compris qu'au regard de ce que sont réellement ces pays, c'est-à-dire des vastes ensembles où règnent des luttes d'influences, des acteurs plus puissants que d'autres et se reposant sur un système international complaisant, des ensembles où le sous-équipement informatique est de rigueur, ou le taux d'analphabétisme est élevé... L'autre aspect de la démocratie en Afrique concerne le non recours aux armes pour régler les litiges de façon délibérative. Les TIC peuvent-elles de ce fait être considérées comme des outils au service de la paix ?

Tic contre les conflits armés

Partant du fait que la communication est la base de la compréhension de l'autre et que c'est l'incompréhension associée à la recherche du pouvoir (culturel, économique, politique...) qui est à l'origine de la plupart des guerres, de nombreuses initiatives sont développées pour encourager le dialogue. Les TIC apparaissent ainsi comme des moyens extraordinaires pour favoriser la participation au débat démocratique et donc à la prévention des guerres. Mais

l'usage des TIC pour la paix n'est pas à l'abri de la désinformation, arme incontournable dans la stratégie militaire. Dans de nombreux pays, des gouvernements, parties politiques ou factions militaires utilisent leurs sites Internet pour démentir des informations diffusées par les médias ou des organisations impliquées dans la défense des droits humains. De nombreux sites web consacrés au Rwanda et au Burundi par exemple, apportent des informations fortement divergentes selon qu'ils veulent accréditer telle ou telle autre version du génocide. Mais avant d'utiliser les TIC pour lutter contre les conflits armés, il faut commencer par les comprendre. Malheureusement ceux-ci ont souvent été ramenés, à tort, à des guerres tribales. En effet, une explication populaire veut que les différences culturelles soient fondamentalement responsables comme s'il y avait une propension innée des peuples du Sud à la guerre. Ces guerres apparaissent avec les mêmes causes alors qu'elles sont très différentes, les unes des autres. On peut en citer quelques unes : litiges sur la définition de la situation, sur les intérêts politiques, économiques, sur les valeurs culturelles, religieuses, idéologiques, sur l'identité collective¹...

L'insurrection maoïste lancée au Népal en 1996 peut être attribuée aux profonds griefs issus de la marginalisation systématique et de l'exclusion de certains groupes ethniques. Le conflit au Darfour peut s'expliquer par des raisons climatiques, elle a aussi été attisée par la présence d'importants gisements de pétrole sous le sol soudanais.

Nicolas Martin-Granel [MAR 98], à travers son analyse de la guerre du Congo Brazzaville, évoque l'utilisation excessive de la métaphore du feu pour marquer la puissance de destruction, au risque de donner l'impression que tout comme le feu, la guerre en Afrique est un phénomène naturel. En tous cas, la métaphore du feu apparaît dans plusieurs journaux : « Trois semaines après la chute de Kinshasa, Brazzaville s'embrase » (Libération, 9 juin 1997) ; « La rébellion de Kabila traverse le Zaïre comme un feu de brousse » (Libération, 12 juin 1997) ; « Le feu a gagné le Congo-Brazzaville et le Centrafrique voisin » (Le Monde 26 juin 1997) ; « Brazzaville s'est embrasée » (Le Monde 12 juillet 1997) ; « Les ex-colonies qui s'embrasent les unes après les autres » (Libération, 23 juin 1997) ; « Comme un feu de brousse, les conflits se propagent en Afrique centrale » (Courrier international, 19 juin 1997).

La compréhension des conflits en Afrique passe par leur mise en perspective. En effet, la connaissance du passé constitue un enjeu pour la connaissance des spécificités des cultures, des populations et des conflits qui les déchirent. Trois éléments au moins sont essentiels à la compréhension des conflits des pays du sud, à savoir l'histoire du monde, celle des pays du Sud et celle de chaque conflit.

A propos de l'histoire du monde, il convient de rappeler que de nombreux conflits sont une conséquence de la guerre froide, entre l'OTAN et le Pacte de Varsovie. Pendant cette période, les grandes puissances se sont affrontées par pays interposés et le principal terrain d'affrontement a été le Sud. La guerre entre l'UNITA (Union nationale pour l'indépendance totale de l'Angola) de Jonas Savimbi et le MPLA (Mouvement populaire de libération de l'Angola) d'Antonio Agostino Neto en Angola en est une illustration. De même, pendant la guerre froide, le Zaïre (ou République Démocratique du Congo) a joué un rôle capital en Afrique centrale. Face à l'ennemi, l'unité était imposée dans la région. Avec la fin de cette « guerre », certains « hommes forts » comme Mobutu ont été « lâchés » par manque d'intérêt stratégique. L'histoire des pays du Sud, quant à elle, est marquée par l'esclavage, la colonisation, le découpage des continents... Le conflit libérien est une conséquence de l'esclavage. Pour comprendre ce qui se passe dans ce pays, il faut se rappeler que le Liberia a été créé par des esclaves affranchis venus s'installer sur les côtes du pays. Avec le soutien des États-Unis, ils fondent ainsi plusieurs colonies en soumettant par la force les populations africaines qui leur résistent. Créé en 1847, la République indépendante du Liberia, ou « terre de liberté », gardera un système politique déséquilibré entre les « américano-libériens » et les

¹ Institut européen de recherche et d'information sur la paix et la sécurité, *Conflits en Afrique. Analyse des crises et pistes pour une prévention*, Editions complexe, Bruxelles 1997.

autochtones colonisés. Ce déséquilibre va précipiter le pays dans la guerre. Le conflit débute en 1980 quand Samuel Doe, « indigène », s'empare du pouvoir et massacre sur une plage -ce qui est hautement symbolique- une cinquantaine de hauts dignitaires « américano-libériens ». La colonisation et ses conséquences expliquent aussi de nombreuses guerres.

Dans beaucoup de pays du Sud, la cause principale du conflit interétatique réside essentiellement sur les délimitations de frontières, notamment sur la remise en cause de Berlin 1885. En effet, l'acte général de la Conférence de Berlin (26 février 1885) a institutionnalisé des frontières qui ont été tracées au mépris des réalités linguistiques, culturelles, religieuses, géographiques, politiques et sociologiques des peuples. Certains d'entre eux, jusque là homogènes et unis, se sont retrouvés sous différentes autorités administratives tandis que d'autres, différents et quelquefois « ennemis héréditaires », ont été réunis dans un même ensemble administratif. Certains peuples physiquement et culturellement très proches ont été séparés alors que d'autres, sans frontières communes, ont été placés sous la même autorité administrative. Le cas le plus aberrant est l'annexion de l'enclave du Cabinda à l'Angola avec qui ce petit territoire n'a pas de frontières communes. Le conflit tchado-lybien, par exemple, entre dans ce cadre. En effet, en mai 1973, la Libye occupe la bande d'Aouzou, une bande de terre en territoire tchadien en rejetant les frontières issues des accords de Berlin, arguant d'un traité signé en 1935 par Laval et Mussolini. C'est le début de la guerre qui, on le sait, mobilisera les pays de l'Organisation de l'unité africaine (OUA) et nécessitera l'intervention de la France à travers ce qu'on a appelé « l'opération Epervier ». On peut citer d'autres conflits de ce genre, le conflit marocain du Sahara occidental, le conflit nigéro-camerounais au sujet de la presque île de Bakassi, le conflit angolais sur l'autodétermination de l'enclave du Cabinda...

Il n'est pas suffisamment affirmé que les différents conflits sont aussi des conséquences de multiples échecs sur le plan politique, social, économique, diplomatique voire des institutions internationales. Le génocide du Rwanda, par exemple, est l'aboutissement d'une série d'échecs diplomatiques répétés comme les sommets de Mwanza (Tanzanie 1990), de Gbadolité (Zaire 1990), de Goma (Zaire 1990), les accords de N'sele (Zaire 1991), le sommet d'Arusha (Tanzanie 1992)... Difficile donc d'imaginer une quelconque efficacité des TIC dans le règlement des conflits sans tenir compte des paramètres précédemment évoqués. Le seul espoir réside dans la transparence possible à travers des dispositifs de vote, le déliement des langues avec l'apparition de nouveaux espaces d'expressions, l'assainissement des pratiques de gestion des fonds publiques.

Bibliographie

AKRICH M., CALLON M., LATOUR B., « A quoi tient le succès des innovations. Premier épisode : l'art et l'intéressement », *Annales des mines*, juin 1988, ppp. 4-16.

ALAIN M., 1996, *Prendre en main le changement : Stratégies personnelles et organisationnelles*, Montréal, Editions Nouvelles, 313 pages.

BENASAYAG M., DEL REY A., 2006, *Plus jamais seul, le phénomène portable*, Paris, Bayard, 110 pages.

BERRIGAN F., 1981, *Les médias communautaires et le développement*, Paris, Unesco, 48 pages.

BOURDIEU P., 1980, *Le sens pratique*, Paris, Editions de minuit, 474 pages.

DZAKA-KIKOUTA T., MAYOUKOU C., 2008, « Penser le développement au Congo Brazzaville », dans Kiyindou A. (dir.), *Communication pour le développement, analyse critique des dispositifs et pratiques professionnels au Congo*, Bruxelles, EME, pp. 41-70.

KIYINDOU A., 2010, *TIC et développement socio-économique*, Paris, Hermes-Lavoisiers, 216 pages.

- KIYINDOU A., 2009, *Les pays en développement face à la société de l'information*, Paris, L'Harmattan, 267 pages
- KIYINDOU A. (dir.), 2008, *Communication pour le développement, dispositifs et pratiques professionnels*, Bruxelles, EME, 300 pages.
- KIYINDOU A., MATHIEN M., 2007, *La liberté d'expression face à l'évolution économique libérale*, Bruxelles, Bruylant, 400 pages.
- KIYINDOU A., 1999, *Information et milieu rural au Congo, le cas des régions du Pool et des Plateaux*, Lille, Septentrion Presses Universitaires, 538 pages.
- PERRIAULT J., 1989, *La logique de l'usage*, Paris, Flammarion, 253 pages.
- TARDIF J., 1998, *Intégrer les nouvelles technologies de l'information : quel cadre pédagogique*, Paris, ESF, 126 pages.
- TEMPELS P., 1945, *La philosophie Bantoue*, Lovania, Elisabethville, 127 pages.

La révolte populaire en Tunisie et la difficile conquête d'un espace public arabe

Jean-Paul Lafrance <jeanpaul.lafrance@gmail.com>

Université du Québec à Montréal (UQAM)

Sahbi ben Nablia <sahbi@videotron.ca>

Université du Québec à Montréal (UQAM)

On peut comprendre la révolte populaire qui a enflammé la Tunisie au printemps 2011 par le désir du peuple de mettre fin à la tyrannie d'un président (et de son entourage) qui a régné sans partage pendant 37 ans en contrôlant l'information. En nous inspirant de l'analyse d'Habermas sur la naissance de la démocratie en Europe au 19^e siècle, nous essayons de voir comment la Tunisie peut définir « un espace public » où les citoyens font usage de leur raison. La théorie habermassienne est-elle encore valable dans le contexte arabo-musulman au 21^e siècle ? Ce texte vise aussi à analyser le rôle des médias anciens (notamment la télévision d'*Al-Jazira*) et nouveaux (les réseaux socio-numériques) dans le réveil des populations arabes, mené principalement par des jeunes très scolarisés mais en proie à un taux de chômage endémique. En Occident, on considère généralement que la démocratie n'est pas possible sans la liberté d'opinion et de parole, appuyée par la liberté de presse et la liberté d'association et de réunion.

Le but de cet article est de définir une problématique communicationnelle pour tenter d'expliquer, un tant soit peu, les révoltes populaires qui ont secoué la Tunisie à l'occasion de ce que l'on a appelé le *Printemps arabe*. Mais on ne saurait le faire en n'interrogeant que le point de vue médiatique. Il faut donc poser une double série de questions :

D'une part, quels rôles ont joué les médias dans le réveil des populations arabes ? De quels médias s'agit-il ? Les médias de diffusion ou les médias relationnels ? Les médias internationaux, nationaux (sous le contrôle du pouvoir en place), les médias locaux, les médias de proximité (*Tweeter*, *Facebook*, le téléphone 3G) ? Quels types d'interaction y a-t-il eu entre les médias de diffusion et les médias de proximité ? Qui contrôle ces médias ? Quels ont été ou quels seront les effets à court ou à long terme de l'exposition des populations aux médias internationaux venus des satellites, tel *Al Jazeera*¹ ? Les médias proposent aux citoyens des outils de production et de diffusion de messages qui agissent sur des populations de diverses façons selon leur histoire, leur situation socioéconomique, selon les situations qu'elles vivent *hic et nunc*.

D'autre part, si on ne veut tomber dans un positivisme très mcluhanien, il faut bien montrer que les usages des médias ne sont pas mécaniques, sinon automatiques, mais sont utilisés par des populations qui sont préparées et habilitées à les recevoir. Faire une histoire des médias indépendamment de l'histoire des gens et des pays, c'est hypostasier la puissance des médias. Il faut donc s'interroger sur le rôle de l'information dans la transformation des sociétés.

Ainsi dans le cas de la Tunisie, on ne peut ignorer l'état de désespérance de la jeunesse, très instruite, ouverte sur la modernité, mais sans ressources en raison du chômage endémique et sans avenir; on ne peut non plus passer sous silence la pauvreté des populations tenues à l'écart du développement industriel du pays et exploitées depuis 40 ans par une oligarchie incroyablement riche. Qui peut prétendre que les pays arabes ne sont pas faits pour la démocratie, que l'attachement du peuple à la religion musulmane le rend imperméable à toute modernité ?

¹ Il y aurait, semble-t-il, près de 300 chaînes satellitaires dans le ciel du Moyen Orient...

L'aspect externe de cette révolution nous permet de souligner que l'ex-président Ben Ali avait verrouillé les libertés individuelles, la liberté d'expression et celle des médias pendant 23 ans. Il a mené, en parallèle, une guerre sans merci contre le terrorisme et les islamistes, ce qui lui donna le prétexte pour museler la presse et qui lui assura l'amitié et la reconnaissance de l'Occident, plus précisément celle des Américains. A la suite de l'immolation du martyr Bouazizi, les jeunes et plus tard une partie de la population ont envahi les places publiques, pour réclamer le renversement de la dictature et du pouvoir militaire, la libéralisation de la parole publique, notamment des médias d'information, et la tenue d'élections libres ; en un mot, ils ont réclamé à hauts cris **la démocratie**. Ils ont créé un lieu physique de liberté, un espace public qui est apparu comme le lieu de toutes les revendications.

Il est à remarquer que ce ne sont pas les médias traditionnels ni les journalistes en exercice qui ont été les initiateurs du soulèvement populaire, ni non plus les islamistes. Le dernier îlot pour exercer le droit d'opinion et d'expression, ce fut Internet, et les jeunes qui étaient bien au courant du fonctionnement de ces outils de la modernité (les *blogues*, *Twitter*, *Facebook*, les téléphones 3G) ont vite compris l'utilité qu'ils pouvaient tirer de ce média insaisissable. parce qu'Internet était le dernier espace de liberté qui échappait au contrôle du pouvoir. C'est ainsi qu'ils ont créé, au sein du Réseau des réseaux, un autre espace public qui a joué en résonance avec l'autre lieu physique de liberté, l'avenue Habib-Bourguiba. C'est pourquoi les réseaux sociaux furent, dans un premier temps, le média par excellence du mouvement de contestation. Prenons comme exemple Twitter qui est un système ouvert, très ouvert, parce que n'importe qui peut *retwitter* n'importe quel message, sans demander la permission au producteur du message; c'est ce qui explique sa force de contagion. Twitter est un système ouvert sur d'autres réseaux, sur tous les réseaux et concrètement il a servi à organiser les manifestations, à rassembler les foules sur la place de la révolution. La force de Twitter est de se propager à grande vitesse dans les réseaux, un peu comme les rumeurs dans une société traditionnelle.

On l'a dit, dans ce pays muselé par une oligarchie d'argent et de puissance, la peur s'est soudainement estompée et le rassemblement du peuple sur la place publique marqua la genèse difficile de l'espace public, en tant que lieu de discussion et de remise en cause de l'ordre politique, moral et social, le lieu de toutes les revendications. L'espace y fonctionna non seulement comme le théâtre de la révolution en prenant corps dans des lieux hautement symboliques, comme l'avenue Habib-Bourguiba ou la Kasbah - mais il fut aussi l'enjeu d'une lutte qui a pu être sanglante¹: ce fut la réappropriation d'un espace officiel, comme à la Kasbah, à l'occasion des différents *sit-in*, ce qui a entraîné une sorte de radicalisation du processus révolutionnaire. Cet espace devient l'objet d'un nouvel investissement symbolique; par un jeu dialectique, la réappropriation de l'espace public a pu faire évoluer le processus politique².

Comment la révolution tunisienne du 14 janvier se définit-elle, cinquante ans après l'Indépendance de la Tunisie ? Depuis le 14 janvier, il ne se passe pas un jour sans que l'on ne voit, au centre de Tunis, des hommes et des femmes de tous âges, de toutes catégories sociales, de toutes tendances politiques, se rassembler pour discuter de la politique menée par le gouvernement provisoire, de la réécriture de la constitution, du mode de scrutin choisi, des déclarations des hommes politiques et des derniers événements survenus dans les différentes régions du pays.

Sous le gouvernement de Ben Ali, il n'y avait pas d'espace public servant de creuset à la

¹ Plus de 6000 morts en Syrie, plusieurs centaines de morts en Tunisie et en Egypte, quelques milliers de morts en Libye. On voit bien que ni Twitter, ni Facebook ne suffisent à faire tomber des dictateurs contrôlant une police secrète et une armée bien équipée. Jusqu'à présent c'est la révolution tunisienne qui fut la moins sanglante, mais le départ de Ben Ali et de sa clique n'a pas tout réglé; il reste encore à définir le rôle de l'armée, à faire des élections démocratiques et à mettre en place des institutions démocratiques.

² Emna Khemiri , *Le rôle de l'espace public dans la révolution de Jasmin à Tunis*, publié le 04/01/2012 <<http://www.projetsdepaysage.fr>>

formation d'une opinion publique, comme il en existe dans les sociétés démocratiques. Six mois après le 14 janvier, l'avenue Habib-Bourguiba demeure le lieu de tous les rassemblements et de toutes les revendications.

La force des mots

On peut s'étonner de l'usage d'un média comme *Twitter*, relativement pauvre en termes de contenu (les messages ne peuvent dépasser 140 caractères), dans le contexte culturel arabo-musulman. Nous allons explorer l'aspect séculaire de l'information dans la société arabo-musulmane. On peut y constater la place qu'occupaient les **mots**. Tous ceux qui ont voyagé dans les pays arabo-musulmans ont pu remarquer l'importance de l'écriture dans l'architecture et dans la décoration des édifices publics. Autrefois, la poésie était le médium de communication, de propagande et de marketing; la poésie est dans la culture arabe ce qui fut le théâtre pour les Grecs. Les mots ornent les murs, les plafonds, les tissus, les bijoux, les chaussures et les meubles. La beauté est enfouie dans les mots. La langue est devenue un art, la sculpture des mots compte de nombreux styles calligraphiques et varie selon le pays et l'époque. On peut comprendre l'usage que les jeunes ont fait des médias sociaux. Par exemple, *Twitter* n'est pas un média d'information, c'est un cri de ralliement, un ordre de rassemblement, une consigne d'action¹. On dit que les messages véhiculés par les médias sociaux étaient de plus en plus courts et percutants, ils poussaient à l'action.

Chez les Occidentaux, l'image vaut mille mots; chez les Arabes, c'est le contraire : un mot a remplacé mille images. La révolution tunisienne confirme le retour en force du mot. Les mots sont vrais et percutants. Les images diffusées le soir du 13 janvier 2011 après le troisième discours de Ben Ali ont été résumées en un seul mot : des dizaines de milliers de manifestants ont scandé comme un cri le slogan **Dégage** qui a fait le tour du monde ; les Égyptiens l'ont repris au début de leur soulèvement pour exiger le départ de Moubarak, les Syriens aussi. Tout le long de la révolution tunisienne, les mots étaient des cris qui ont fait tomber la peur, la peur des balles tirées par l'armée. Les mots se manifestaient de diverses façons : chansons, poèmes, blogs, articles, discours, témoignages et même les blagues. Les chansons rap ont joué un rôle déterminant auprès des jeunes, car les textes des chansons représentaient fidèlement la réalité sociale tunisienne. Il faut se rappeler qu'à la fin du mois d'octobre 2010, les Tunisiens avaient peur d'écouter ou de partager sur la toile une chanson rap intitulé *Rais Lebled (président du pays)* du chanteur tunisien *Général* de peur qu'ils ne soient poursuivis ou arrêtés.

La représentation du réel et de l'imaginaire, chez les Arabes, est située dans la poésie. Les poètes jouaient un rôle prépondérant dans la société d'autrefois. Ils étaient des médias ambulants qui transportaient les informations et décrivaient les faits en mots. La réputation des gens et des rois reposait sur leurs dires. Chez les Arabes, tout ce qui est beau est enjolivé par les mots. Mais les mots sont vénérés et représentent une arme à double tranchant. Cet héritage culturel s'est transposé dans la relation du pouvoir politique aux médias contemporains. La manipulation des médias dans le monde arabe tire ses racines de la relation conflictuelle du régime politique et des poètes. Les journalistes, poètes d'aujourd'hui, étaient persécutés par le pouvoir. La Tunisie, avant la révolution du 14 janvier 2011, était considérée comme un des pays les plus répressifs au monde en ce qui a trait aux droits et libertés des journalistes.

La poésie arabe a connu trois phases. La première phase se situe à l'époque antéislamique durant laquelle la langue arabe était orale et transmise par la poésie. Aucun texte écrit n'a été retrouvé au-delà du VI^e siècle. À cette époque, tous les ans les poètes participaient à des tournois de poésie; ils se réunissaient à la foire d'Ukkaz et récitaient leurs œuvres. Les poèmes choisis par le suffrage de l'assemblée étaient écrits en lettres d'or et suspendus pendant une année sur les murs de la Mecque. Cette action démontre une certaine sacralité du mot. Les orateurs éloquents étaient récupérés par la Cour pour tenir compagnie au roi et lui assurer sa

¹ Voir J.P. Lafrance, *La révolution peut-elle être gazouillée ?*, revue Hermès no 62, automne 2011

propagande. Chaque tribu possédait un poète. Celui-ci avait à la fois une fonction idéologique, une fonction médiatique et une fonction culturelle. Quand la tribu était en guerre, c'est lui qui haranguait les hommes avant la bataille.

La deuxième phase de la poésie arabe coïncidait avec l'avènement de l'Islam. Il est important de souligner que l'Islam est aussi fondé sur le mot et le texte. La religion musulmane est une des trois religions du Livre, avec la religion juive et chrétienne. Le premier mot du premier verset coranique dans l'ordre de la révélation est **lis**: « *Iqra* » (Coran, 96 :1). Selon Talbi (2011), c'est un mot qui signifie l'obligation de « lecture ». Mohamet a reçu l'ordre de Dieu transmis par l'ange Gabriel de lire; l'ordre de Dieu à Mohamet changea le rapport des Arabes aux mots qui sont devenus sacré. À l'aube de l'Islam, la poésie fut marginalisée mais le mot garda toute sa splendeur. Le Coran a cherché à retirer au poète son caractère sacré pour le conférer uniquement au prophète¹. Après la mort de Mohamet, la rationalité des mots fut concrétisée par l'entrée de l'écrit dans la civilisation arabo-musulmane. La transcription du Coran a permis de sauvegarder les versets appris par cœur par les compagnons du prophète et les croyants. Le texte sacré était écrit sur différents supports, des feuilles de palmier, des peaux et des pierres. L'écrit devient un des principaux moyens de diffusion du message religieux. Par ailleurs, la transcription et la diffusion de la parole sacrée ont permis la conservation du trésor qu'est la poésie arabe en le transcrivant. La réconciliation entre l'Islam et la poésie sera traduite par le mouvement soufisme qui a associé la beauté du mot à la beauté divine, pour le voyage intérieur et la quête de l'au-delà.

La troisième phase de la poésie arabe est reliée aux conquêtes et à l'édification des villes.²

La civilisation arabo-musulmane est connue comme une civilisation marchande, mais elle est aussi une civilisation d'échanges culturels et scientifiques. Autrefois, il y avait une grande circulation de l'information d'une extrémité de l'empire à l'autre. Le commerce du papier a facilité les échanges entre les scientifiques. La circulation de l'information se faisait par le réseau des porteurs de messages ou par le système postal régulier établi dans chaque région. L'architecture arabe s'est développée en contexte urbain par la combinaison de trois sphères : la sphère politique, la religieuse et la marchande. La ville est le centre du pouvoir et occupe la fonction du marché. Le souk est le cœur battant de la cité arabe depuis les Omeyyades jusqu'aux Ottomans. L'étude de l'architecture des kasbahs au Maghreb nous informe que les souks sillonnaient la ville de haut en bas. En d'autres mots, les souks occupent le centre de la cité et constitue **la sphère publique**, alors que les maisons se situent dans les périphéries de la ville et forment la sphère privée. Au souk, il n'existe pas de prix fixes. Les médiations de l'*amine* ne portaient pas sur le prix juste ou injuste, mais sur la fraude et le bris de contrat (Benabdelali, 1999, p.177). Les marchandises ne sont pas évaluées à leur juste valeur et ne répondent pas à la logique de l'offre et la demande, mais plutôt à la logique du gain le plus élevé. Un client qui refuse de négocier paiera le double, voire le triple du prix et provoquera le mécontentement du marchand. Une étude anthropologique des comportements des marchands dans les souks tunisiens, marocains, irakiens, jordaniens et égyptiens nous ont permis de conclure que la majoration du prix est une sorte de pénalisation du client qui refuse l'interaction avec le marchand. Les transactions commerciales dans le souk sont relationnelles et ne répondent à aucune rationalité. La voie publique ou la rue dans la cité arabe est le cœur du souk; il est le lieu de transaction, de délibération, le passage forcé de toute activité sociale, commerciale ou religieuse; l'opinion publique peut être qualifiée de « rue » arabe.

La publicité, l'information, la presse et l'opinion publique sont enracinées dans la conversation. La conversation représente le milieu vivant dans la vie quotidienne; le « téléphone arabe » est une expression qui est apparue dans les pays d'Afrique du Nord durant la colonisation française, faisant référence à la rapidité de la circulation de l'information de

¹ <<http://unesdoc.unesco.org/images/0019/001917/191746f.pdf>>

² <http://www.presque.net/essai/documents/osteo_civilisation_arabe.pdf>

bouche à oreille. Sans moyens de communication évolués à l'époque, les Arabes réussissaient à faire transiter rapidement l'information. La conversation dominait les échanges et les délibérations ; la civilisation arabo-musulmane reposait sur les mots.

La conquête de la démocratie

Pour la plupart des Occidentaux, les médias sont les garants de la démocratie. Habermas a analysé la lente mise en place de la démocratie dans les pays européens au 19^e siècle, entre autres par la constitution d'un espace public et la mise en place de médias de diffusion qui ont permis la libre discussion de la chose publique, la *res publica*. La place de la discussion publique qu'Habermas¹ attribuait au XIX^e siècle aux cafés littéraires et aux pamphlets distribués sous le manteau aurait-elle été tenue par les médias sociaux, en 2010, étant donné le musellement des médias de diffusion publique par la dictature ? Le modèle européen de la sphère publique est-il exportable hors l'Occident ? Est-ce un modèle conceptuel qui nous aide à comprendre le réveil des peuples, mais pas seulement au *Maghreb* et au *Machrek* ? On a beaucoup reproché à Habermas le caractère bourgeois de la sphère publique, alors que la révolution tunisienne est le fait du peuple tout entier, singulièrement de la population jeune (les moins de 25 ans forment plus de 40% de la population totale).

Peut-on conceptualiser la société civile dans une perspective islamiste en tenant compte de la spécificité de la société arabo-musulmane, mais en inscrivant cette société dans la perspective moderne de la **société de l'information** ?

Essayons de comprendre ce qu'Habermas entend par l'espace public, qui est composé d'un domaine public et d'un domaine privé. La ligne qui sépare les deux domaines et assure la démarcation entre l'État et la société est appelée la *sphère publique*. Cette sphère appartient au domaine privé et comprend la société civile, le domaine de l'échange des marchandises et du travail social, ainsi que la famille (la sphère intime). La sphère publique repose sur des personnes privées, mais est distincte de la sphère privée. Son modèle idéologique repose sur la notion du « public » et du « privé » et a perduré à travers les siècles comme un principe qui structure l'ordre politique.

Au Moyen-âge européen, la sphère publique était structurée par la représentation et elle s'exerçait à la Cour du monarque. La représentation était liée aux attributs de sa personne, à sa prestance, à son attitude, à une rhétorique ou à un code strict de comportement dit noble, en symbolisant un statut social; elle ne se réfère pas à une communication politique. À la fin du XVIII^e siècle, la sphère publique structurée par la représentation s'efface lentement au profit d'une autre sphère publique plus moderne, la sphère du pouvoir public (Ibid., p. 29). Selon Habermas, la sphère publique a procédé au démantèlement des structures de la domination féodale. Nous entendons par « public » tout ce qui est opposé au privé, accessible et ouvert à tous, par exemple on dit un service public, une place publique ou une institution publique.

Enfin, le mot « public » a été employé par Habermas au sens d'opinion publique, de la publicité, c'est-à-dire au fait de rendre public les choses dites. Le principe de publicité (*Öffentlichkeit*) est l'exigence revendiquée d'un usage critique de la raison. Ce principe s'inscrit dans le cadre plus large de la démocratie délibérative. Une opinion est dite publique quand les personnes privées font usage de leur raison, afin de défendre leurs intérêts privés qui doivent toutefois coïncider avec l'intérêt général. Habermas entend par personnes privées, les chefs de famille, qui sont des propriétaires issus des classes bourgeoises urbaines et ayant reçu une éducation supérieure (Ibid., p.221). Les attributs d'une personne privée sont la culture et la propriété (Ibid., p. 96). Cela dit, l'usage de la raison pour les personnes privées nécessite un lieu de rencontre et de discussion qui doit être aussi « public » et qui diffère des lieux jusque-là

¹ Habermas, Jürgen (1978), *L'espace public*, Payot, Paris, 1978.

existants comme l'église ou la Cour. Un tel lieu « public » ne peut exister que s'il répond à trois critères institutionnels communs.

Le premier critère est l'égalité des personnes privées fondée sur la valeur de la personne en tant qu'être humain, ce qui récuse le statut des hiérarchies et de l'État.

Le deuxième critère est la publicité, dans le sens de rendre public les choses jusque là tenues secrètes. Les personnes privées doivent traiter de sujets qui ne sont pas soumis à discussion, comme autrefois ceux réservés à l'autorité religieuse ou monarchique.

Le troisième critère est que les choses discutées le soient en fonction d'une analyse rationnelle et indépendante des intérêts particuliers des individus.

À l'époque, les salons et les cafés se sont développés comme le lieu permanent de discussion entre personnes privées. Rapidement, le développement de la presse a été intimement lié à la vie du café¹. Les articles de presse de l'époque ont conservé un style de dialogue afin d'assurer la continuité de la discussion dans la conversation.

Les fonctions de la sphère publique politique se sont définies en trois séries de droits fondamentaux :

La première série garantit les droits fondamentaux du public, en termes de liberté d'opinion et de parole appuyée par une liberté de presse et une liberté d'association et de réunion.

Une deuxième série de droits se réfère au libre statut de l'individu, fondé sur la sphère d'intimité de la famille restreinte comme la liberté de la personne, l'inviolabilité du domicile, etc.

La troisième série de droits fondamentaux concerne les échanges entre propriétaires qui se déroulent dans la sphère de la société civile : égalité devant la loi, protection de la propriété privée, etc.

Ces droits fondamentaux garantissent la sphère publique et la sphère privée ainsi que son noyau, la sphère de l'intimité. L'opinion publique se présente comme à l'opposé de l'arbitraire, elle est soumise aux lois immanentes d'**un public de personnes privées faisant usage de leur raison**. L'opinion publique refuse d'être une limite des pouvoirs ou d'être elle-même un pouvoir, voire une source de tous les pouvoirs. Ainsi, la publicité des débats parlementaires assure au public la possibilité de les surveiller en faisant usage de sa critique. L'opinion publique a besoin de cette publicité des débats afin de s'informer. De plus, la publicité à l'intérieur et à l'extérieur du parlement peut assurer la continuité de l'usage public d'une raison politiquement orientée. Les journaux deviennent des représentants et des guides de l'opinion publique et une arme dans la lutte politique que mènent les partis. La presse politique s'est développée à partir de l'usage que le public faisait de sa raison et qui se contentait d'être le prolongement des discussions, son rôle étant d'être le médiateur et le stimulant des discussions publiques. La Publicité dans le passé avait comme mission de démystifier la domination politique devant le tribunal public de la raison collective.

Y a-t-il une différence entre la rationalité définie par Habermas et la rationalité dans la pensée arabo-musulmane qui se loge dans la foi du musulman ? Y a-t-il une différence entre le « rationnel » et le « raisonnable » ? Il faudrait en discuter, car le représentant de l'École de

¹ Le café est à la fois un lieu public et une boisson « sociale ». On prétend que le premier café de Paris est le Procope, créé en 1686 par Francesco Procopio dei Coltelli et installé rue de l'Ancienne Comédie, dans le voisinage de l'ancienne Comédie Française. De La Fontaine en passant par Voltaire, Rousseau, Beaumarchais, Balzac, Hugo, Verlaine et tant d'autres, la liste des « habitués » du Procope est composée des grands noms de la littérature française. Au XVIII^e siècle, c'est là que se développèrent les idées libérales et l'histoire de l'Encyclopédie est intimement liée à celle du Procope que fréquentaient Diderot, d'Alembert et Benjamin Franklin. Pendant la Révolution, Robespierre, Danton et Marat s'y réunissaient. L'histoire dit que le lieutenant Bonaparte y laissa son chapeau en gage...

Frankfort se référait à la tradition allemande de la raison transcendantale. Certains pensent au contraire que l'Arabe est « raisonnable » dans la sphère publique et s'appuie sur le sens commun pour délibérer ; l'homme raisonnable se laisse influencer par le sens commun dans ses jugements et sa conduite. Nous avons souligné que la conversation domine les échanges et les délibérations chez les Arabes. Leur civilisation reposait sur les mots. En usant des mots, les règles et les normes changent à travers le temps. Ce qui est permis hier ne le sera pas dans une année. Les questions changeantes répondent à une évolution de la sphère publique et à un sens commun qui tracent les contours de l'espace public arabe. Pour répondre à la question de la rationalité de l'Arabe, nous devons questionner le lieu de transactions qui est le souk, le lieu transactionnel et symbolique de la délibération. Ainsi en essayant d'interpréter le cas de la Révolution tunisienne, on constate que Ben Ali avait peur, lui aussi, des mots. Cette peur tire ses racines de l'héritage de la civilisation arabo-musulmane et de **la relation conflictuelle entre le pouvoir et le verbe**. On nous dit que le musulman tunisien, individuellement dans un premier temps et par la suite collectivement, a revendiqué la dignité, avant même la liberté. Les Tunisiens se plaisent à qualifier leur révolution de **révolution de la dignité**.

Une dernière question : comment la religion musulmane peut-elle cohabiter avec la création d'une société civile, d'un espace public où le citoyen doit faire usage de sa raison. Selon nous, la religion doit demeurer une affaire du domaine privé et ne doit pas interférer avec la conduite des affaires de l'État. Les médias étrangers écrits et audiovisuels n'ont eu de cesse de parler du rôle des Islamistes dans les révoltes arabes et du danger de la prise de contrôle des extrémistes religieux. Ils ont même qualifié la victoire islamiste aux élections d'un raz-de-marée, alors que ces derniers n'ont obtenu que 19% des voix des Tunisiens et de ce fait, seront obligés de former une coalition avec deux autres partis pour former le gouvernement. Ce ne sont pas les partis musulmans qui ont déclenché le « printemps arabe »; ce qui ne veut pas dire que plusieurs jeunes révolutionnaires n'étaient pas eux-mêmes de conviction musulmane; on peut demander la séparation de la religion et de la politique et être soi-même d'obéissance religieuse. Aux Etats-Unis ou ailleurs en Occident, plusieurs candidats aux postes politiques n'hésitent pas à affirmer leurs convictions religieuses, sans qu'on les accuse de prôner l'instauration d'une théocratie.

Il ne faut pas se surprendre du résultat électoral. Les partis musulmans étaient les mieux organisés pour remporter les élections, tandis que les partis dits laïcs (plus d'une centaine) se sont présentés aux urnes en ordre dispersé. Après des décennies de dictature ou de parti unique, il faudra un certain temps et une bonne dose de pédagogie politique pour apprendre le fonctionnement d'un parlement et d'une démocratie.

Conclusion

Certains ont parlé d'une révolution 2.0, faisant un rapprochement entre le WEB 2.0 et la révolution 2.0 ? Est-il juste de parler ainsi ? Oui et non, peut-on répondre. *Oui*, en ce sens que dans ces pays où l'information était sévèrement contrôlée, les réseaux sociaux ont joué un rôle important en permettant le ralliement des forces vives aux changements sociopolitiques ; *non*, si on croit que *Twitter et Facebook* ont créé de toutes pièces les conditions du réveil des populations arabes muselées depuis les indépendances par des oligarchies (soit royales, soit militaires), qui ont usurpé les bienfaits de la décolonisation et de l'exploitation des richesses pétrolières. Le terreau était prêt pour une explosion de la révolte populaire; les cris de ralliement lancés au travers des réseaux sociaux et repris par les médias traditionnels ont été la bougie d'allumage qui ont permis les rassemblements monstres d'abord en Tunisie, puis en Égypte, à Bahreïn, au Yémen, en Syrie et par un effet de domino, dans tout le *Maghreb* et le *Machrek*.

Les médias sociaux ont joué un grand rôle pour allumer la mèche, mais les médias de diffusion, tels Al-Jazeera, ont eu aussi leur part d'efficacité dans la propagation de la révolution à l'extérieur du pays, dans les pays arabo-musulmans, mais aussi ailleurs dans le monde, par exemple dans les mouvements comme « occupons Wall Street », « l'appel des

indignés », ou les rassemblements monstres en Russie. Mais ne croyons pas que la démocratie s'exporte comme le Coca-Cola dans le monde, comme le pensait Georges W Bush ! Après tout, la démocratie a pris 200 ans à s'installer d'une façon durable dans la plupart des pays occidentaux ! Et Churchill disait que la démocratie était le pire des régimes à l'exception de tous les autres...

Bibliographie

GONZALEZ-QUIJANO, Y. et GUAAYBESS, T., 2009, *Les Arabes parlent aux Arabes*, Paris, Sindbad, collection Bibliothèque

HABERMAS, J., 1978, *L'espace public*, Payot, Paris.

IBN KHALDUN, *Kitab al-Ibar*, 2000-2001, Beyrouth, Dar El Fikr

KHEMINI, E., 2012, « Le rôle de l'espace public dans la révolution de Jasmin à Tunis », publié le 04/01/2012 <http://www.projetsdepaysage.fr>.

LACOSTE, Y., 1998, *Ibn Khaldoun. Naissance de l'Histoire, passé du tiers monde*, Paris, éd. La Découverte

LAFRANCE, J-P., 2011, « La révolution peut-elle être gazouillée ? », revue *Hermès* no 62.

LECOMTE, R., 2009, « Internet et la reconfiguration de l'espace public tunisien : le rôle de la diaspora », *Tic&société* [En ligne], Vol. 3, n° 1-2 | 2009, mis en ligne le 12 janvier 2010, Consulté le 16 février 2012. URL : <http://ticetsociete.revues.org/702>

TALBI, M., 2011, *Ma religion c'est la liberté*, Tunis, éd. Nirvana.

Révolution, politique et TIC : quel rapport ?

Moncef Mehrezi <moncef_m_2000@yahoo.fr>

Université Blaise Pascal, Clermont-Ferrand

Deux événements majeurs ont marqué le début de l'année 2011. Les révolutions tunisienne et égyptienne qui viennent mettre fin à des années de dictature et de pouvoir absolu. Deux régimes autoritaires se sont retrouvés face à une vague de manifestations sans précédent. L'acteur principal des deux révolutions est la jeunesse des deux pays. L'élément crucial qui a uni les deux mouvements est sans aucun doute le rôle des moyens de communication dans le déroulement des événements. Facebook, Twiter, Youtube et les différents moyens de communication ont joué un vrai rôle face au silence des médias nationaux classiques manipulés par le pouvoir en place.

Introduction

En Tunisie tous les éléments de la contestation étaient présents depuis les années 1990: un régime autoritaire, la corruption des responsables, un sentiment d'injustice, des bavures policières, le silence des médias et le harcèlement subi par les opposants... Le seul élément nouveau a été le grand nombre de Tunisiens inscrits sur les réseaux sociaux, notamment Facebook, qui compte plus de deux millions d'utilisateurs. Avec un téléphone portable 3 G et quelques clics sur l'ordinateur, le monde entier a pu voir en direct un régime policier agir. Quelques jours après l'immolation par le feu du jeune marchand ambulant de Sidi Bouzid (Mohamed Bouazizi), la Tunisie entière s'est rebellée face au dictateur et le monde arabe face à la dictature. Et c'est grâce aux nouveaux moyens de communication que les populations arabes ont enfin trouvé un outil de contestation fiable et efficace à l'abri des matraques de la police. C'est la jeunesse « Facebook » qui a changé la donne. Les jeunes qui boudaient auparavant la politique, représentent aujourd'hui un acteur clé dans les changements des sociétés.

Au moyen des nouvelles technologies, les manifestants ont pu s'organiser sur une échelle nationale voire internationale. Le pouvoir a manipulé les médias classiques (radios, télévisions, presse écrite et sites Internet), mais il n'a pas pris en compte l'arrivée des réseaux sociaux utilisés par les plus jeunes. Or en Tunisie, et ce jusqu'à la révolution, la jeunesse ne faisait pas peur au régime. N'ayant rien à voir avec la politique, elle a été marginalisée. Les préoccupations des jeunes se limitaient semble-t-il aux matchs de foot, aux chanteurs populaires et aux échanges de messages sur Facebook. Face à une jeunesse qu'elle pensait dépolitisée, le régime en place s'est retrouvé dépassé par les événements.

TIC et démocratisation de l'information : un long processus

Les médias

Le rôle des médias dans le déroulement de la révolution tunisienne a été déterminant. Les images diffusées dans les médias ont eu un effet incroyable sur les manifestants. Des images prises par différents moyens : téléphone portable, caméra... ont fait le tour du monde pour montrer l'acharnement de la police face aux jeunes. Sans ces images qui circulaient sur le Net, la révolution n'aurait jamais vu le jour, et la police aurait continué à réprimer les manifestations dans le sang comme elle le faisait depuis des années. C'est cette combinaison entre médias et TIC qui a donné une traçabilité à ces images et par la suite permis une diffusion très large dans les médias du monde entier, profitant de la mondialisation médiatique et du réseau Internet. Après le 14 janvier 2011, jour du départ de Ben Ali, les images « de l'avant révolution » ont marqué à jamais la mémoire collective. Le paysage médiatique de l'après révolution va jouer un rôle pour mémoriser cet événement : des documentaires, des films et des

chansons auront tous besoin de ces archives de photos et de vidéos tournées durant les émeutes pour rédiger une nouvelle page de l'histoire d'un peuple.

Les enjeux des TIC en Tunisie

Depuis plusieurs années, les TIC sont omniprésentes dans tous les secteurs d'activité. Dans les pays industrialisés, la présence de l'Internet n'a pas posé de problèmes et les pouvoirs publics ont misé sur cette nouvelle technologie pour réaliser un changement radical dans la société. On est passé désormais de la société industrielle à la société de l'information. Ce changement a été suivi par un dispositif législatif, éducatif et politique pour assurer une intégration réussie des nouvelles technologies de l'information et de la communication. En revanche dans les pays en développement, l'arrivée des TIC s'est accompagnée d'un dispositif policier, de contrôle et de censure. En effet, si certains pays ont adopté une politique d'ouverture pour encourager le développement des nouvelles technologies, ils ont bloqué tous les processus de démocratisation de la société qui pouvaient l'accompagner. Les gouvernements dirigés par des dictateurs, notamment dans le monde arabe, ont gardé le secteur de l'Internet sous très haute surveillance. Les partis politiques étaient sous contrôle, les ONG harcelées et les opposants emprisonnés.

Kofi Anan, l'ancien secrétaire de l'ONU a affirmé en 1997 lors de l'ouverture de la conférence « *Global Knowledge* » de Toronto, que « *les récents développements que connaît la technologie de l'information et de la communication sont révolutionnaires. L'information et la connaissance sont en train d'augmenter en quantité et en termes d'accessibilité* » et il a ajouté que « *les décideurs auront à leurs disposition de nouveaux moyens de développement* ». Son message était clair, mais certains régimes n'ont développé que leurs stratégies de répression et de censure.

En l'absence des urnes, la jeunesse tunisienne a trouvé dans les réseaux sociaux un espace d'expression. Il s'agit d'un long processus de démocratisation qui a démarré plusieurs années auparavant. Depuis le sommet mondial sur la société de l'information de Tunis en 2005, les ONG ont tiré la sonnette d'alarme sur la situation dans le pays. « *Aucun progrès constaté pour les droits de l'homme au SMIS* », affirmait Mokhtar Trifi, opposant et militant des droits de l'homme. Le sommet qui avait pour but principal de promouvoir l'accès aux nouvelles technologies de l'information et de la communication dans les pays en développement, se trouvait confronté à une censure visant la marginalisation des opposants et l'interdiction de tout acte de protestation. Aucun contre sommet n'a été autorisé, fait rare dans les sommets internationaux. Même en Chine en 1995, en marge du sommet mondial sur les femmes, le gouvernement a autorisé un contre sommet. Officiellement le sommet de Tunis a atteint ses objectifs, mais en réalité l'ONU a découvert le vrai visage du régime de Ben Ali. En effet, les ONG se sont rendu compte que le pouvoir de Ben Ali était capable de tout faire pour réprimer ses opposants.

Depuis cette date, la donne a changé. Le régime qui était présenté depuis plusieurs années comme synonyme de la réussite économique et sociale se révélait en réalité une dictature. Les opposants, de plus en plus nombreux, et des sympathisants du monde entier étaient désormais engagés pour évoquer la situation des droits de l'homme en Tunisie. Dans les institutions internationales (ONU) ou régionales (UE), l'opposition tunisienne a renforcé ses efforts mais en vain.

La censure face à Internet : le cas de la Tunisie sous Ben Ali

Le contexte tunisien et les médias

En quelques années, le tissu social de la Tunisie a connu un changement très important : une population très jeune (plus de 50% de la population a moins de 30 ans selon le recensement de 2007), un niveau d'éducation élevé (2 millions d'élèves, 370000 étudiants) ce qui représente

20% d'une population de 10 millions d'habitants) et une ouverture sur le monde avec le développement des technologies de l'information et de la communication dans le pays. Un autre élément très important est la présence d'un grand nombre de Tunisiens en France et en Europe en général. Cette population d'immigrés, en contact étroit avec le pays, a contribué à un transfert de notions démocratiques et politiques. Cette reconfiguration de la société n'a pas été suivie par un changement au niveau politique et médiatique.

Depuis l'arrivée de Ben Ali au pouvoir en 1987, les médias locaux, qui sont publics ou dirigés par des proches du pouvoir, ont poursuivi la diffusion des discours de propagande et de promotion du pouvoir. De la rédaction d'un article jusqu'à sa diffusion, toute la chaîne était au service du président. Mais les acteurs de l'information se sont trouvés confrontés à un nouveau lectorat, informé par plusieurs sources et plus proches de ses motivations et de ses intérêts personnels. Les réseaux sociaux ont été dans ce cadre un concurrent sérieux aux journalistes. Ces derniers se trouvent désormais menacés dans leur existence s'ils ne s'adaptent pas aux TIC, s'ils ne modernisent pas leurs tâches et s'ils ne redéfinissent pas leur rôle. La matière première qui est l'information est aujourd'hui à la portée de tous par Facebook, Tweeter, les journaux gratuits, les blogs... Il faudrait donc un service à valeur ajoutée dans le traitement de l'information, une nouvelle façon de la présenter et de nouveaux services innovants qui l'accompagnent.

Dans ce contexte, la révolution tunisienne vient de montrer que l'Internet, qui a touché tous les secteurs de l'économie et de la culture, est capable de contribuer à changer un régime politique en place depuis 23 ans. Dans la situation médiatique tunisienne marquée par la censure et le contrôle des médias – notamment des journalistes – où les libertés individuelles sont réprimées, Internet est devenue la seule et unique voie d'apparition. Certes, le régime de Ben Ali avait mis en place une police spéciale et bien formée pour filtrer Internet mais la mission a échoué et les internautes ont pu contourner les obstacles techniques. Durant un mois de révoltes, le monde entier a vu en direct sur les écrans de télé des images qui racontent les événements et des commentaires provenant de toutes les régions du pays. En l'absence de journalistes professionnels sur le terrain, des dizaines d'internautes ont joué le rôle de la presse avec simplicité mais beaucoup d'efficacité.

Certes, le pouvoir tunisien avait encouragé la présence d'Internet dans le pays parce que l'enjeu financier était énorme. Tous les acteurs du secteur étaient des proches de Ben Ali¹. Cependant, le régime n'a pas assumé et compris l'esprit libertaire et démocratique qui accompagne le web, et cela s'est révélé fatal.

Le déroulement des événements montre en effet le rôle crucial de l'Internet pour libérer un peuple et démocratiser l'accès à l'information.

Ammar 404 : l'ennemi numéro 1 d'Internet

La censure d'Internet en Tunisie est connue sous le fameux pseudonyme « Ammar 404 », qui signifie « *erreurs 404 not found* ». C'est le ministère de l'intérieur qui prenait en charge cette mission en collaboration avec le ministère de la communication. L'ATI (Agence Tunisienne d'Internet), fournisseur principal d'accès, collaborait étroitement avec les services de police pour bloquer les sites de l'opposition et les blogs des activistes. La censure a touché également les médias étrangers : des journaux comme *Le Monde* (édition du 23 février 2007), *20 minutes*, *Libération* (26 février), *le Nouvel Observateur* (8 et 21 février 2007), ou certains sites comme Rue89, étaient interdits. Les sites de partage ont fait aussi l'objet d'un contrôle total. Dailymotion et Youtube étaient souvent bloqués. Le pouvoir a fait appel à des *hackers* professionnels pour détruire des sites d'activistes comme Nawaat.org ou Alhiwar.net.

Les cybercafés, qui ont eu un grand succès dans le pays et qui permettaient l'accès à Internet à un prix abordable (0.5 centimes d'euros l'heure de connexion), furent obligés de

¹ sa fille Cyrine Ben Ali épouse Mabrouk possédant le premier fournisseur d'accès Internet et une radio privée (chems fm), son gendre Sakr el Matri, détenant le plus grand groupe de presse privé du pays par une OPA douteuse, en ayant forcé les héritiers de Dar Assabah à céder leurs parts de l'entreprise familiale et une radio privée (radio Zitouna)

fournir à la police la listes des clients et d'avertir les autorités s'il y avait un usage suspect de sites d'opposition ou d'islamistes. En plus des techniciens qui s'occupaient des tâches techniques de la censure, les proches du pouvoir défendaient avec fierté les bienfaits de « Ammar 404 ». Ils s'affichaient sur la Toile avec leurs vrais noms et références en affirmant que « ce concept "made in Tunisia" a beaucoup fait parler de lui tant l'idée était géniale et la cause noble. Pour exemple, un chef d'entreprise y faisait référence sur son site Internet, en comparant la censure d'Internet aux organismes de régulation comme la Banque Centrale ou l'autorité de régulation du marché financier¹.

Pour les plumes du pouvoir la censure avait pour but « *de rendre Internet conforme à la morale et éviter des textes et des vidéos que nul ne voulait lire ou voir* ». Certains² pensaient même que « *l'ange gardien des internautes tunisiens devra penser sérieusement à sévir davantage afin de venir en aide à des Tunisiens immatures, sur le point de sombrer dans la folie* » pour vivre « *tranquillement loin de cette espèce de manipulateur qu'est Internet* ».

Une guerre était menée à deux niveaux pour intimider les opposants et étouffer les contestataires.

Réseaux sociaux et démocratie

Le cas de Facebook en Tunisie

Facebook est né dans les rangs d'une université américaine. Son concepteur, Mark Zuckerberg, un jeune étudiant d'une vingtaine d'années à l'époque du lancement du site, voulait créer un réseau de communication à grande échelle entre les étudiants de Harvard. Ce n'est donc ni un homme d'affaires ni une grande firme d'informatique qui a mis en place ce réseau. En quelques années d'existence, en 2011 et selon les chiffres de Médiamétrie, il est devenu le troisième site le plus visité au monde après Google (900 millions d'utilisateurs) et Microsoft (800 millions).

Il a dépassé le géant américain Yahoo, qui se classe quatrième avec 600 millions d'utilisateurs. Il est né d'un besoin réel de communication et d'ouverture. Depuis sa création, plus de 687 millions d'internautes se sont inscrits dans le monde et plus d'un Tunisien sur quatre possède un compte sur Facebook. Il y avait donc un potentiel de communication, un gisement énorme pour activer le lien social et favoriser le contact virtuel entre les membres d'une société, loin des obstacles d'ordre politique. La nature de ce réseau comme espace de communication le protège de toutes sortes de préjugés et de contraintes classiques.

Le rôle des jeunes

La police de Ben Ali s'est invitée dans les forums de discussion pour défendre le régime. L'exemple suivant montre la méthode suivie.

Le pseudonyme « deltete » répond à l'appel à manifestation lancé sur le réseau par des collégiens le 2 janvier 2011. Le message a un contenu tout à fait différent des autres commentaires :

« Ils ne sont pas des lycéens mais des casseurs. Ces derniers brûlent les écoles et lycées et agressent les enseignants. Le chômage touche tout le monde. La Tunisie préfère avoir des chômeurs diplômés que des chômeurs incultes. Les autres pays préfèrent eux fermer les universités et réduire les taux de réussite au bac. En Tunisie presque chaque village a une université : le pays est passé de 12 000 étudiants à 350 000 étudiants dont 60% de filles ».

Il est clair que le message est orchestré dans les locaux du ministère de l'intérieur. En effet, les statistiques données et les slogans absurdes sont l'œuvre d'un organisme officiel

¹ www.espacemanger.com

² Extraits d'un article de directeur du site www.espacemanager.com publié début Janvier sur le site.

habitué à défendre le régime par tous les moyens : « pas des lycéens mais des casseurs », « brûlent les écoles », « le chômage touche tout le monde ».

Après les avocats et les chômeurs diplômés, les collégiens qui étaient jusqu'au 2 janvier en vacances ont appelé à manifester. L'appel a été relié par plus de 11.000 jeunes en quelques heures. Le signe d'un « ras-le-bol » général selon l'opposante Radia Nasraoui. Ce nouveau mouvement était symbolique ; les slogans des manifestants ont dès lors changé radicalement : de simples revendications sociales à une vraie colère politique. Le mot « révolution » a glissé pour la première fois dans les messages postés sur Facebook. Et les manifestants ont crié « Ben Ali dégage ». Chose faite quelque jour plus tard, le 14 janvier 2011.

La contestation des jeunes tunisiens a eu lieu dans la rue, mais elle a été vite réprimée par la police. Le gouvernement avait décidé le 26 décembre 2010 l'arrêt des cours pour une période indéterminée. En effet, les manifestations avaient débuté dans les établissements scolaires. Lycéens et étudiants se réunissaient pour manifester dans les rues des villes. Ces jeunes, éduqués, déterminés et engagés n'ont pas hésité à se confronter à la police. Et cela représentait une situation inédite dans le paysage sociopolitique tunisien car depuis l'arrivée de Ben Ali au pouvoir le 7 novembre 1987, la jeunesse avait toujours été à la marge de la vie politique.

Les jeunes ont trouvé sur Facebook un espace de communication pour échanger les informations liées aux manifestations. Les photos prises par des téléphones portables ont fait le tour du monde. En l'absence de journalistes sur le terrain, les médias étrangers ont utilisé ces images amateurs pour couvrir les événements. La mobilisation a donc pris une forme circulaire : elle a commencé sur les réseaux pour rassembler les manifestants, puis les jeunes sont descendus dans la rue pour exprimer leur mécontentement. Et c'est encore sur Facebook que les informations qui décrivaient les événements de la journée étaient diffusées. Facebook a donc été au cœur des événements. C'est le seul média qui a échappé à la censure des autorités.

« *Sayeb Salah* »

Ce slogan a fait le tour de la Toile pour protester contre la censure d'Internet. Le mouvement a été suivi par un grand nombre d'internautes notamment les jeunes. Et des sympathisants du monde entier ont exprimé leur soutien en développant des moyens techniques pour contourner ce blocus à travers des *proxy*. C'est le patron de Facebook en personne qui a dénoncé la censure de son réseau en Tunisie. Joe Sullivan, responsable de la sécurité de la firme américaine, affirmait dans les colonnes de *the Atlantic*, qu'il y avait un vrai système de censure du web mis en place par Ben Ali, au moyen d'un dispositif qui visait le vol des mots de passe des comptes des Tunisiens.

Le patron de Facebook est intervenu pour soutenir les manifestants tunisiens censurés par la police. Les rapports des défenseurs des droits de l'homme et de bloggeurs venant de Tunis étaient accablants. Le jour de Noël, les pages des manifestants furent piratées, et c'est encore « Ammar 404 » qui étouffait les jeunes tunisiens. Malgré l'efficacité des services de sécurité de Facebook, les techniciens n'avaient pu résoudre le problème. Il fallut du temps et des investigations poussées pour résoudre l'énigme et en trouver l'origine : la police avait tout simplement volé les mots de passe des comptes utilisateur.

Les événements ont commencé mi décembre 2010 dans une ville pauvre du centre de la Tunisie où la paupérisation des jeunes et le chômage ont créé une sorte de solidarité entre la population. Le taux élevé du chômage des cadres et l'éducation ont été cruciaux pour réaliser un changement dans les mentalités. Ces villes pauvres étaient depuis des décennies abandonnées par la politique économique du gouvernement dont les investissements étaient destinés à la capitale et aux grandes villes côtières. Leur seul privilège : quelques visites de ministres la veille des élections pour l'hommage au Président... L'évolution de la société n'a pas été prise en compte par le pouvoir de Carthage. À peine les élections de 2009 terminées, que l'entourage de Ben Ali commençait sa promotion pour 2014 : des affiches partout dans les

villes, des sites Internet pour l'occasion et des campagnes médiatiques dans la presse locale et même à l'étranger pour demander au président d'« achever le processus et se présenter aux élections de 2014 ». Ce geste a été considéré par la jeunesse tunisienne comme une insulte. La population a enfin pris conscience que le pouvoir cherchait uniquement à assurer sa propre succession.

La révolution

Facebook s'est révélé jouer un rôle moteur dans la propagation de la dissidence face à un pouvoir dépassé par les événements. Les photos et les vidéos diffusées sur le réseau montrent une police perturbée, qui tire dans tous les sens à balles réelles sur des jeunes non armés. Les douilles des balles croisent les flashes des téléphones portables pour montrer la brutalité du régime.

En janvier 2010, à peine deux semaines après le début des révoltes, des centaines de milliers de Tunisiens étaient désormais connectés plusieurs heures par jour pour s'informer et échanger des informations. Les responsables de Facebook ont bien remarqué « l'explosion de l'activité du réseau dans le pays ». Cela s'est avéré phénoménal : dans un petit pays de 10 millions d'habitants, le temps de connexion a été doublé en quelques jours.

La révolution tunisienne vient de prouver le potentiel des nouvelles technologies de l'information et de la communication pour la démocratisation d'une société. C'est une révolution virtuelle, menée par une jeunesse éduquée qui maîtrise Internet. L'espace public qui était durant des décennies fermé, est remplacé par un espace virtuel et ouvert difficile à contrôler. Même après le départ de Ben Ali, les jeunes continuent toujours au moyen de Facebook à communiquer pour protéger leur révolution. Le fameux mot « Dégage » prononcé le 14 janvier, le jour de la fuite de Ben Ali et qui a fait le tour des blogs et des réseaux sociaux, est devenu un symbole face à tous les corrompus et les anciens du régime déchu. En attendant de s'exprimer dans les urnes, la jeunesse s'exprime désormais en ligne et sur le réseau. C'est la naissance de « la politique virtuelle » qui permet aux citoyens de s'exprimer et d'échanger leur vision de la politique. Ahmed EL Hasnaoui, un vieil opposant tunisien résume la situation (en pleurant) : « *c'est la révolution des jeunes, c'est grâce à Facebook, qu'ils ont réalisé en quelques jours ce que nous n'avons pas pu faire en cinquante ans* (depuis l'ère Bourguiba) ».

Conclusion

Grâce au TIC, des jeunes tunisiens ont eu le réflexe et le courage de filmer des manifestations réprimées par la police. Certes, des témoins peuvent raconter l'Histoire, mais l'image, comme trace d'un événement historique, ne se réalise qu'une seule fois : au moment des faits. Ce sont les mêmes médias qui ont servi un régime autoritaire durant des années, avec des images de propagande, qui ont participé avec la même efficacité à sa chute brutale. La relation entre Internet, jeunes et médias est dans ce contexte la meilleure façon d'expression. En 2008, la Tunisie avait connu des événements similaires qui avaient été réprimés dans le sang, mais faute d'outils de communication, toutes les informations avaient été démenties par le régime. Personne n'avait pu prouver la violence policière. Les quelques journalistes présents sur place ont été mis en prison et leur matériel confisqué. En 2011, la donne a changé, Facebook a permis de montrer la brutalité du régime et contribué à hâter sa fin.

Bibliographie

DARRAS B., 2000. *Image et médias*. Paris : L'Harmattan.

FORD C., 1970. *Caméra et « mass media » : la civilisation à l'âge des deux écrans*. Paris : Mame.

- GROLLEAU-FRICARD A., 2011. *Révolution 2.0 dans les pays arabes*. Conférence : les médias sociaux et les révolutions dans les pays arabes.
URL : www.agf.consultant.ca
- HORGAN I. et DE LA BROSSE R., 2002. *Le rôle des media et des nouvelles technologies de l'information et la communication*. IIAS.
- LAX S., 2008. *Media and communication technologies*. Londres : Palgrave.
- LENOBLE-BART, Annie et CHENEAU-LOQAY, Annie (2010). *Les médias africains à l'ère numérique*. Paris : L'Harmattan.
- MC LUHAN M., 1977. *Pour comprendre les média*. Paris : seuil.
- PROULX S., 2011. *L'irruption des médias sociaux : enjeux pour la société et la culture*. Conférence organisée par le Centre de la femme arabe pour la formation et la recherche. Tunis, le 25 mars 2011.
- PUCHEU R., 1980. *Savoir s'informer : comment se servir des mass média*. Paris : Centurion.
- ROSNAY, Joël (2006). *La révolte du pronéariat : des mass-médias aux médias de mass*. Paris: Fayard.
- WATSON J., 1998. *Media Communication: an introduction to theory and process*. Londres : Palgrave.

La promesse des TIC à Madagascar

L'exemple des bas quartiers d'Antananarivo¹

Hanitra Randrianasolo <hanitra.randrianasolo@u-psud.fr>

Université Paris Sud, CEI/Orsay

Jean-Michel Ledjou <jean-michel.ledjou@u-psud.fr>

Université Paris Sud, CEI/Orsay

L'avènement de la société de l'information constitue l'innovation majeure de ces dernières années. Les Suds n'échappent pas à son impact. De leur côté, les organisations internationales reprennent le credo de la voie technologique comme source d'impulsion du progrès social. S'appuyant sur une enquête de terrain, cette communication a pour objectif d'examiner l'adéquation entre les discours institutionnels sur les TIC et la réalité socio-économique des usages d'un quartier de la capitale de Madagascar. Au-delà de la situation d'Antananarivo, cette enquête tend à montrer que la mise en place d'un indicateur permettant une meilleure prise en compte du rapport que les plus pauvres entretiennent avec les TIC permettrait de lutter contre l'enclavement numérique.

En Afrique lors de la dernière décennie, les technologies de l'information et de la communication (TIC) connaissent une croissance sans précédent. Cet essor, qui demeure inégal entre les différents pays, est entravé par la faiblesse des infrastructures et par la limite des marchés (UIT, 2008). Il n'en suscite pas moins moult réflexions autour de projets présentant les TIC comme un moyen de brûler les étapes du développement. Dans son rapport de 1999 puis dans celui de 2001, le Programme des Nations Unies pour le développement (PNUD) soutient, par exemple, que « la technologie est un outil puissant au service du développement humain et de la lutte contre la pauvreté ». Depuis le début des années 2000, le gouvernement malgache, en partenariat avec le PNUD a mené une réflexion sur la relation entre les Technologies de l'information et de la communication et le développement humain. En 2001, un vaste programme stratégique nommé : « Vision 2015 : les TIC au service du développement humain » a vu le jour. En 2005, le ministère des Télécommunications a publié le document officiel plaçant les TIC, essentiellement le développement d'internet et de la téléphonie mobile, au cœur des politiques publiques malgaches pour le développement.

En 2006, le gouvernement et ses partenaires de développement posent officiellement la question de savoir comment la population malgache peut utiliser les TIC pour améliorer ses conditions de vie. Marc Ravalomanana, président de Madagascar en 2006, déclare notamment que : « Les TIC sont des éléments clés du développement au même titre que les routes (...) », rejoignant la promesse forte liée aux TIC soutenue par les Nations Unies : « Par rapport au développement humain, les TIC représentent un outil sans précédent. Elles peuvent être utilisées n'importe où, pour tous et par tous. Et elles aideraient à abattre les barrières économiques, sociales etc. » (RNDH, 2006)

Face à un tel discours, nous nous sommes donnés comme principal objectif de questionner la réalisation de cette promesse auprès de populations cibles. Pour ce faire, en 2011, nous avons conduit une enquête *in situ* dans les bas quartiers d'Antananarivo.

Dans quelle mesure et jusqu'où les TIC dynamisent-elles les bas quartiers d'Antananarivo ? En quoi la manière dont elles ont fait incursion à Madagascar changent-elles les conditions de vie dans les bas quartiers ? Facilitent-elles la recherche d'emploi de ces populations ? L'ouverture permise par les TIC encourage-t-elle à l'échelle des bas quartiers, la création de nouveaux revenus et l'émergence de nouveaux emplois ? Aident-elles les individus à s'extraire de leur quartier ? Plus largement, peut-on conclure à une adéquation entre les discours institutionnels sur les TIC et la réalité socio-économique des usages locaux ?

¹ Les auteurs tiennent à remercier Daka Karen, CEMOTEV, UVSQ, responsable de l'enquête OPHI à Madagascar pour les nombreux échanges autour de cette communication.

Notre propos voudrait porter un regard croisé sur la promesse des TIC à Madagascar, celui d'une économiste et celui d'un spécialiste des sciences de l'information et de la communication. Si la littérature fournit des analyses sur les discours que les organisations internationales véhiculent au sujet des TIC¹, nous avons souhaité, pour notre part, confronter le leitmotiv de ces institutions, selon lequel les TIC seraient autant un moyen de valorisation des potentialités qu'un outil de la lutte pour la réduction de la pauvreté, à la réalité socio-économique de la capitale malgache. Notre démarche vise non pas à formuler une critique à l'endroit des idées charriées par les grandes organisations, mais essaye plutôt de vérifier la validité de leurs thèses auprès d'une population qui figure parmi les plus pauvres du monde. Il ne s'agit pas non plus de remettre en cause l'intérêt du développement des TIC, mais au contraire de souligner que l'on gagnerait à mieux les prendre compte pour permettre une optimisation des politiques publiques du secteur et, par ricochet, améliorer leurs potentialités pour une plus grande participation des plus pauvres à la vie économique de leur pays.

La première partie de notre intervention présente la méthodologie de l'enquête, l'échantillon et l'intérêt de ce dernier par rapport au thème étudié. La deuxième partie fournit nos principaux résultats et tend à montrer que la promesse sur les TIC est loin d'être tenue au sein même d'Antananarivo. Nous verrons notamment que la capitale malgache renferme en fait des réalités bien distinctes, voire de profondes inégalités dans l'accès aux TIC dans des quartiers parfois extrêmement proches. La troisième partie, plus économique, suggère qu'une meilleure prise en compte de la privation des TIC pourrait apporter éclairage nouveau sur les disparités territoriales tant pour les décideurs nationaux et internationaux que pour les populations cibles.

Méthodologie de l'enquête

L'île de Madagascar est frappée par d'importantes inégalités entre zones urbaines et rurales (Gondard-Delcroix, 2007). La recherche d'une zone d'enquête disposant d'infrastructures et de couverture téléphoniques nous a, ainsi, amenés à choisir la capitale, Antananarivo ; et la problématique du développement, les bas quartiers tananariviens qui abritent la majorité des pauvres. Nous souhaitons par ailleurs confronter le discours institutionnel sur les TIC à une situation de pauvreté dans un contexte urbain bénéficiant de toutes les infrastructures de télécommunication.

La disponibilité des infrastructures, la présence de plusieurs opérateurs privés à Antananarivo, la volonté politique en matière de « TIC et de développement » affichée dans les rapports gouvernementaux... associées à cette « bonne » aptitude de la population des bas quartiers à lire et à écrire, et à l'augmentation du revenu pourraient laisser présager de « bons » résultats quant à l'accessibilité aux TIC et aux conséquences sur les conditions de vie.

À ce jour, Antananarivo demeure le plus grand centre urbain de Madagascar. La population tananarivienne est estimée à plus de 1 500 000 d'habitants, c'est-à-dire un peu moins de 10 % de la population malgache. L'enquête périodique auprès des ménages, menée en 2010 par l'Institut national de la statistique de Madagascar, révèle que près de 66 % de la population tananarivienne est pauvre (en termes de seuil de pauvreté), les bas quartiers abritant la majorité de ces habitants.

Selon Ramamonjisoa (1998, in Droy et *al.*), ces bas quartiers sont perçus comme un « agrégat concentré de tous les maux urbains : menaces d'inondation en saison des pluies, entassement humain, graves problèmes d'hygiène et de santé publique, circulation démentielle, pollution dangereuse, sécurité précaire, sous-équipement notoire... ». Les recherches bibliographiques préliminaires ont permis de savoir que cette partie de la capitale se caractérise par des faibles revenus [environ 50 000 Ar (17 €) au lieu de 120 000 Ar (43 €) pour le reste de la ville] et une forte densité pouvant aller de 9 000 à 20 000 habitants au km² (Droy et *al.*)

¹ Dans ce domaine, on peut notamment citer les travaux de Marie Thorndahl ou ceux d'Aurélié Laborde.

L'enquête que nous avons menée en mars 2011, prend appui sur 205 ménages composés de 1 118 individus vivant à Manarintsoa Isotry. Cet échantillon est représentatif des bas-quartiers, abritant des non pauvres, des pauvres et des plus pauvres des pauvres. Il rend compte des disparités en termes de conditions de vie. La population de ce quartier est par ailleurs dominée par les jeunes, sachant que la proportion des individus âgés de moins de 20 ans par rapport à la population totale est de 51 %. En d'autres termes, 1 individu de Manarintsoa sur 2 est encore jeune. La proportion des personnes âgées est, en revanche, relativement marginale, car la part des plus de 60 ans dans la population totale ne se chiffre qu'à 3 %.

Le questionnaire a été administré soit au chef de ménage soit à sa conjointe. À Manarintsoa la taille moyenne d'un ménage est de 4.8 ; une situation qui s'aligne exactement avec la tendance observée en milieu urbain malgache où la taille moyenne des ménages est aussi estimée à 4.8. Le traitement des informations recueillies s'est fait sous Stata 9.

			0 - 9	1 0 1 9	2 0 2 9	3 0 3 9	4 0 4 9	5 0 5 9	6 0 6 9	7 0 +	T o t a l
À reco urs au taxi pho ne	<u>R</u> <u>é</u> <u>:</u> 1 1 1 8 in di vi du s	N o m b r e	2	4 3	8 0	9 8	4 0	2 4	1 5	0	3 0 2
		c l a s s e	0 , 7 %	1 , 5 , 6 %	4 , 4 , 7 %	5 , 7 , 6 %	4 , 0 %	3 , 5 , 3 %	5 , 0 %	-	i n d i v i d u s
		t o t a l	0 , 2 %	3 , 8 %	7 , 2 %	8 , 8 %	3 , 6 %	2 , 1 %	1 , 3 %	-	2 7 %
Fréq uem ent	<u>R</u> <u>é</u> <u>:</u> 3 0 2 in di vi du s	N o m b r e	0	0	7	4	3	1	0	0	1 5
		c l a s s e	-	-	8 , 8 %	4 , 1 %	7 , 5 %	4 , 2 %	-	i n d i v i d u s	
		t o t a l	-	-	2 , 3 %	1 , 3 %	1 %	0 , 3 %	-	5 %	
De tem	<u>R</u> <u>é</u> <u>:</u>	N o m b	2	4 3	7 3	9 4	3 7	2 3	1 5	0	2 8 7

ps en tem ps	3 0 2 in di vi d u s	r e									i n d i v i d u s 9 5 %
		c l a s s e	1 0 0 %	1 0 0 %	9 1 , 3 %	9 5 , 9 %	9 2 , 5 %	9 5 , 8 %	1 0 0 %	-	
		t o t a l	0 , 7 %	1 4 , 2 %	2 4 , 2 %	3 1 , 1 %	1 2 , 3 %	7 , 6 %	5 , 0 %	-	

Les TIC comme outil sans précédent pour abattre les barrières économiques et sociales : une promesse non tenue dans les bas quartiers

Sur la question de l'égalité devant les TIC dans la capitale, notre enquête fait apparaître des résultats plus que contrastés entre les bas quartiers et le reste de la capitale.

Un accès limité à la téléphonie mobile

À Manarintsoa, comme dans beaucoup de pays africains, la téléphonie mobile rencontre un succès populaire¹. L'accès au mobile touche de surcroît plusieurs générations. 30,7 % des individus ont au moins un mobile.

		0 - 9	1 0 - 1 9	2 0 - 2 9	3 0 - 3 9	4 0 - 4 9	5 0 - 5 9	6 0 - 6 9	7 0 +	T o t a l
À a u m o i n s u n m o b i l e	R é f é r e n c e	1	5 5	8 4	9 3	6 5	3 1	1 1	3	3 0 , 7 %
	c l a s s e	0 , 4 %	2 0 , 0 %	4 6 , 9 %	5 4 , 7 %	6 5 %	4 5 , 6 %	3 6 , 7 %	2 3 , 1 %	3 4 3 i n d i v i d u s
	t o t a l	0 , 1 %	4 , 9 %	7 5 %	8 3 %	5 8 %	2 8 %	1 0 %	0 3 %	

Il faut en outre noter que la ville d'Antananarivo dispose de taxiphones. Ce sont des postes de téléphone, la plupart du temps abrités sous un parapluie et gérés par une ou deux personnes. On

¹ Le succès de la téléphonie mobile en Afrique est décrit par plusieurs auteurs dont Tcheng. H., Huet. J-M., Viennois. I., Romdhane. M., février 2009, « Télécommunications et développement en Afrique », Futuribles, n°349. Les derniers chiffres communiqués par l'UIT montrent que le développement du téléphone portable s'est encore accentué.

peut non seulement appeler des correspondants, mais également acheter du crédit téléphonique pour mobiles. Cela étant, les habitants des bas quartiers n'ont pas l'habitude d'utiliser ce type services. 27 % des individus ont déjà eu recours à un taxiphone pour passer des appels, mais à peine 5 % d'entre eux le font fréquemment.

Un faible accès à l'Internet à partir d'un poste informatique

Sur les 250 ménages, 35 seulement disposent d'un ordinateur à la maison, c'est-à-dire 14 %. Et, sur les 35 ménages qui possèdent un ordinateur, seuls deux ménages ont souscrit à un abonnement Internet, soit 5 %. Ramené au nombre total de ménages, c'est uniquement 0,8 % d'entre eux qui bénéficient d'un abonnement.

En réalité, les cybercafés représentent le moyen le plus fréquent d'accéder à Internet. Mais, là aussi la promesse de « l'Internet n'importe où et pour tous » est loin d'être réalisée : 38 individus, c'est-à-dire 3,5 % de la population de Manarintsoa Isotry se rend régulièrement dans un cybercafé.

			0 - 9	1 0 - 1 9	2 0 - 2 9	3 0 - 3 9	4 0 - 4 9	5 0 - 5 9	6 0 - 6 9	7 0 +	T o t a l
Fréq uent atio n CY BER	R é : 1 1 1 8 in di vi d u s	N o m b r e	0	1 1	1 9	3	3	2	0	0	3, 5 %
		c l a s s e	-	4 , 0 %	1 0 , 6 %	1 , 8 %	3 , 0 %	2 , 9 %	-	-	3 8 in di vi d u s
		total	-	1,0 %	1,8 %	0,3 %	0,3 %	0,2 %	-	-	

Quant aux barrières qu'on pourrait abattre grâce aux TIC, notre enquête dans les bas quartiers d'Antananarivo montre que malgré des résultats encourageants les discours institutionnels méritent d'être nuancés.

Les TIC génératrices d'emplois et de revenus : un autre mythe mais... la téléphonie mobile sort du lot et l'Internet se développe lentement

Les discours officiels reconnaissent que les apports des TIC sur le revenu se traduisent par la constitution d'une niche d'emplois nourris par de nouveaux métiers. Dans le même temps, au moment où l'AGO (African Growth and Opportunity Act)¹ a été interrompu en 2009 pour cause de coup d'État, le gouvernement malgache a assuré à des centaines de milliers de chômeurs renvoyés des zones franches textiles, que leur reconversion dans les TIC leur permettrait de

¹«L' African Growth and Opportunity Act (AGO) constitue le premier paragraphe de la Loi américaine sur le Commerce et le Développement en 2000. Elle offre des incitations effectives aux pays africains pour soutenir leurs efforts dans l'ouverture de leur économie et la construction de marchés libres » (www.agoa.gov).

retrouver un emploi. Notre enquête montre que ni la niche d'emplois, ni la reconversion n'ont été effectives dans les bas quartiers.

Sur les 1 118 individus de notre échantillon, 5 personnes occupent un emploi lié aux TIC, c'est-à-dire 0,4 %. Deux personnes sont employées dans un magasin informatique, une personne gère un taxiphone, une autre est propriétaire de taxiphones, et la dernière est propriétaire d'une boutique de réparation de téléphones portables. Pour trois d'entre eux, le métier lié aux TIC constitue une source de complément de revenu, un pis-aller.

Nous avons par ailleurs testé l'hypothèse selon laquelle les TIC représenteraient une aide dans la recherche d'emploi, de stage ou de bourse. De ce point de vue, la téléphonie mobile présente des résultats encourageants.

La téléphonie mobile comme aide dans la recherche d'un emploi

Quelque 26 % de propriétaires de téléphone mobile reconnaissent que le portable leur apporte une aide précieuse dans la recherche de travail. L'outil leur permet de prendre contact avec des employeurs potentiels et de rester joignables à tout moment. Comme l'établit le tableau ci-dessous, cette aide touche presque toutes les générations.

			0-9	10-19	20-29	30-39	40-49	50-59	60-69	70+	Total
À au moi ns un mo bile	Réf : 1 118 indivi dus	Nom bre	1	55	84	93	65	31	11	3	343
		Clas se	0,4 %	20,0 %	46,9 %	54,7 %	6,5 %	45,6 %	36,7 %	23,1 %	Indivi dus
		Total	0,1 %	4,9 %	7,5 %	8,3 %	5,8 %	2,8 %	1,0 %	0,3 %	30,7 %
Oui , aide	Réf : 343 indivi dus	Nom bre		2	28	29	22	8	1	0	90
total (343 ind)			0,6 %	8,2 %	8,5 %	6,4 %	2,3 %	0,3 %		Indivi dus	
											26 %

L'Internet comme moyen de recherche d'un emploi, d'un stage ou d'une bourse

10 % des personnes ayant accès au cybercafé utilise l'Internet pour chercher du travail, 26 % pour un stage, et 13 % pour une bourse qu'en est-il de l'offre ?. Ces chiffres peuvent de prime abord paraître assez peu élevés, pourtant force est de constater qu'avec 10,9 %, la tranche d'âge 20-29 ans recueille un score bien supérieur à celui d'Antananarivo (4,9 %)¹. Par ailleurs, vu le nombre de personnes entre 10-19 ayant recours à l'Internet, on peut légitimement penser que cette proportion ne pourra que croître à l'avenir. L'outil offre par ailleurs un autre avantage à ces jeunes. Il permet de déposer une candidature sans faire mention de leur adresse postale. Pour certains jeunes en effet le simple fait d'habiter dans ces bas quartiers peut constituer un frein à la recherche d'un emploi. Comme sur Facebook ou sur les autres réseaux sociaux, les jeunes de Manarintsoa en recherche d'emploi ont une adresse virtuelle permettant de masquer la mauvaise réputation de leur quartier.

0-9	10-19	20-29	30-39	40-49	50-59	60-69	70+	Total
						10,9		

¹ www.villesnumeriques.org

Fréquentation CYBER	Réf : 1 118 Individus	Nom bre	0	11	19	3	3	2	0	0	38 individus 3,5 %
		% class e	-	4,0 %	10,6 %	1,8 %	3,0 %	2,9 %	-	-	
		total	-	1,0 %	1,8 %	0,3 %	0,3 %	0,2 %	-	-	
Recherche d'emploi via CYBER	Réf : 38 Individus	Nom bre	0	2	2	0	0	0	0	0	4 Individus 10,5 %
		class e	-	18,2 %	10,5 %	-	-	-	-	-	
		total	-	5,3 %	5,3 %	-	-	-	-	-	
Recherche de stage via CYBER	Réf : 38 Individus	Nom bre	0	3	7	0	0	0	0	0	10 Individus 26,3 %
		class e	-	27,3 %	36,8 %	-	-	-	-	-	
		total	-	7,9 %	18,4 %	-	-	-	-	-	
Recherche de bourse via CYBER	Réf : 38 Individus	Nom bre	0	1	4	0	0	0	0	0	5 Individus 13,2 %
		class e	-	9,1 %	21,1 %	-	-	-	-	-	
		total	-	2,6 %	10,5 %	-	-	-	-	-	

D'une meilleure prise en compte de la privation des TIC pour désenclaver les bas quartiers

À l'issue de cette étude, nous suggérons une piste pour une meilleure prise en compte des réalités entourant la question des technologies afin d'établir une cartographie plus juste de leur accessibilité. Partant du nouvel indicateur de pauvreté multiple, une démarche centrée sur la privation en TIC permettrait, selon nous, de dépasser le discours sur les promesses produites par les institutions internationales et inciterait parallèlement les politiques publiques à lutter davantage contre l'enclavement numérique. Notre enquête au sein des bas quartiers d'Antananarivo n'a d'autre but que d'affermir cette hypothèse de travail.

L'indice de pauvreté multidimensionnel

L'indicateur de pauvreté multiple (IMP) est une mesure internationale de la pauvreté développée par l'*Oxford Poverty and Human Development Initiative* (OPHI) pour les Nations Unies, notamment pour *Le rapport sur le développement humain*. Pour vérifier la pertinence et la fiabilité d'un tel indicateur, l'OPHI lance le programme : « *Ground Reality Check of MPI* », dans quelques pays dont Madagascar, en 2009-2010. Le programme propose des enquêtes à thèmes multiples, comparables au niveau international, et comportant une série de modules courts en vue de mesurer les dimensions importantes mais non standard du développement.

Au regard des principales mesures de la pauvreté ou du développement humain, nous pouvons avancer que l'IMP garde l'essence de l'IDH en ayant abandonné la seule mesure monétaire en termes de revenu ou de PIB... L'IMP est d'ailleurs constitué d'une dimension Santé et d'une

dimension Éducation, la troisième sur le niveau de vie a été remplacée par les conditions de vie. L'intérêt de cette nouvelle mesure serait ainsi le recours à la notion de privation.

Chaque dimension est représentée par une liste de biens ou de capacités dont est privée ou non la personne enquêtée. Les réponses sont pondérées en fonction de l'importance accordée au bien ou à l'aptitude. L'OPHI propose une liste globale pour chaque dimension, mais laisse une marge de manœuvre pour que chaque pays adapte le tableau des privations à son propre contexte. Le tableau qui a été testé à Madagascar est représenté ci-après. Il renferme des critères de pauvreté et divers indicateurs (Source : Rajaona et al., 2010).

Dimension	Indicateurs	Critères de pauvreté	Score
Niveau de confort et de bien-être	TV, radio, téléphone, réfrigérateur, moto	Possession d'un seul poste téléviseur ou une radio ou un téléphone ou un réfrigérateur ou une moto	1/6
	Voiture, camion	La possession d'une voiture ou d'un camion implique la non pauvreté	
	Caractéristiques du sol	Maison caractérisée par un sol en terre battue sans aucune couverture dessus ou par un sol mal entretenu et sale d'après l'observation de l'enquêteur, quelle que soit sa nature.	1/6
	Électricité	Pas d'électricité	1/6
	Mode de cuisson	Utilisation de bois de chauffe, biomasse, sciure de bois	1/6
	Latrines	Types de latrines autres que fosse septique individuelle (avec chasse d'eau)	1/6
	Eau	Non disponibilité de l'eau courante, dans la maison ou dans la cour ou d'un puits aménagé	1/6
2. Éducation	Année de scolarité	Aucun individu du ménage n'ayant achevé le cycle primaire	½
	Accès à l'école	Aucun enfant âgé de 6 à 14 ans scolarisé	½
3. Santé	Mortalité infantile	Aucun décès d'enfants de moins de 5 ans au cours des 5 dernières années	½
	Nutrition	Quelqu'un dans le ménage paraît mal nourri ; ou le ménage n'a pas pu manger convenablement au cours du mois ayant précédé les enquêtes en raison de l'insuffisance de son budget et une telle situation lui arrive souvent.	½

Le score assigné au ménage correspond à la somme des points pour chacune des trois dimensions. À partir des notes obtenues, une ligne de pauvreté est définie dans son aspect multidimensionnel. La définition de ce seuil est effectuée de façon arbitraire, en tenant compte du contexte local.

Une cohérence entre le discours et la réalité

Les résultats de l'enquête menée par l'OPHI en 2010 ont été présentés par dimension. Notre proposition concerne donc la dimension : « niveau de confort et de bien-être », le premier critère de l'IPM. Si l'on s'y attarde, on s'aperçoit qu'il prend en compte des facteurs tels que la possession d'un poste de télévision de radio ou d'un téléphone. Or dans la démarche de l'OPHI ces éléments figurent pêle-mêle au milieu d'autres indicateurs comme la possession d'une moto ou d'un réfrigérateur. Pourtant, nombre de rapports internationaux scandent l'importance et la place prise par les technologies de l'information et de la communication dans les pays en voie de développement. Ces dernières ont investi moult secteurs cruciaux comme l'agriculture, la pêche, la santé, etc. L'argument porte d'autant plus que les TIC ne nécessitent pas d'investissements

massifs et coûteux en installations et en infrastructures. Elles sont en outre disponibles sur des marchés concurrentiels, et rapidement transférables dans n'importe quel pays.

On sait aussi que les TIC, et plus spécifiquement le téléphone portable a connu une croissance exponentielle dans les pays du Sud au cours de ces dix dernières années. De grandes rencontres internationales, comme les sommets mondiaux sur la société de l'information, aspirent à faire des technologies un moyen de développement pour tous les pays, en particulier pour les plus pauvres de la planète. Aussi la plupart des rapports institutionnels publiés sur les TIC insistent sur la nécessité de mettre en œuvre des politiques publiques facilitant le déploiement des technologies. Afin d'inciter les États à agir, les rapports des organismes internationaux (Banque mondiale, UIT, etc.) fournissent des données mesurant essentiellement les inégalités d'accès entre les pays (jusqu'à établir une sorte de palmarès entre eux). Mais à l'image de ce qui se passe pour la ville haute et les bas quartiers d'Antananarivo, le plus souvent représenté par un même chiffre : « dans la capitale, 53,2 % des ménages ont accès au service de la téléphonie mobile¹ ». Cette performance masque une réalité hétérogène, celle des bas quartiers qui ne sont pas touchés par les initiatives privées fussent-elles des plus concurrentielles.

Une meilleure identification des plus pauvres des pauvres grâce à la privation de la téléphonie mobile

Nous l'avons dit les plus pauvres des pauvres figurent parmi les habitants de Manarintsoa Isotry. Selon Daka et al. (2010), l'appréciation de la pauvreté dans la dimension afférente au niveau de confort et de bien-être tient compte de six critères, à savoir la possession de certains biens par le ménage, les caractéristiques du lieu d'habitation à travers le type et l'état du sol, l'accès à l'électrification, le mode de cuisson, le type de latrine et l'accès à l'eau potable. À chaque privation pour chaque variable est assigné un score équivalant à 1. En conséquence, un score maximum de 6 points a été attribué aux ménages qui feront l'objet de toutes les privations, ce qui signifie que plus le score est élevé, plus la situation du ménage est défavorable. Un score de 3 indique une pauvreté.

Scores attribués dans la dimension « Niveau de bien-être et de confort » (% ménages)

Score	0	1	2	3	4	5	6	Total
Total ménage	2	5	45	17	16	14	0	100

Compte tenu des résultats de notre enquête menée en 2011, notre proposition d'intégrer les TIC dans la mesure de la pauvreté multidimensionnelle se précise et se concentre autour de la téléphonie mobile. À cela s'ajoute le fait que s'il y a quelques années on insistait beaucoup sur le développement du réseau filaire pour le déploiement de l'Internet, aujourd'hui la situation a profondément changé puisqu'il est possible d'avoir Internet sur le mobile. Dans certaines régions du monde l'exploitation de la téléphonie fixe a été considérablement freinée, voire arrêtée. Aussi, selon nous, la mesure de la pauvreté multidimensionnelle gagnerait à sortir la téléphonie mobile du lot des biens.

Conclusion

En nous basant sur des études menées dans les bas quartiers d'Antananarivo, nous avons essayé de démontrer qu'une meilleure prise en compte de la privation en téléphonie mobile rendrait plus visible la pauvreté absolue et relative d'une catégorie de population. Hormis le fait qu'une telle

¹ www.villesnumeriques.org

démarche contribuerait à rendre plus cohérent le discours et ce que l'on mesure en termes de développement humain, cela légitimerait une action publique plus ciblée, aux côtés des initiatives privées pour le désenclavement de certains territoires.

De la même manière que la mesure de l'investissement en capital humain, ou celle du développement humain à travers l'IDH ont fait avancer les dimensions « santé » et « savoir », une meilleure mesure de la pauvreté en TIC permettrait de prévenir un retard plus difficilement rattrapable pour certaines populations, alors que nous évoluons dans un monde irréversiblement « technologique et numérique ». Une meilleure mesure, un indicateur plus précis, permettrait enfin de mieux comprendre la dynamique à l'œuvre dans le domaine des technologies de l'information et de la communication. Car comme le disait Albert Camus : « Mal nommer les choses, c'est ajouter au malheur du monde ».

Bibliographie

ANAND S., SEN A.K., 1997, *Concepts of Human Development and Poverty: A Multidimensional Perspective*, New York, UNDP.

ANDRIANJAKA H, DROY I, 2003, Dynamique de la formation du capital humain et durabilité sociale : Formation et scolarisation dans un quartier défavorisé d'Antananarivo, Madagascar. Paper presented at the 3rd Annual Conference of the Human development and Capability Association, September, University of Pavia, Italy.

CHÉNEAU-LOQUAY A. (s/d), 2009, *Accès aux nouvelles technologies en Afrique et en Asie. TIC et service universel*. Netsuds, 4.

CHÉNEAU-LOQUAY A. (s/d), 2004, *Mondialisation et technologies de la communication en Afrique*, Paris, Karthala.

DAHMANI A. et alii (s/d), 2007, *La démocratie à l'épreuve de la société numérique*, Paris, Karthala.

DAHMANI A., LEDJOU J-M., 2011, « Les TIC en Afrique : du discours à la réalité socio-économique » (avec A. Dahmani) in *Les Enjeux de l'information et de la communication*, Dossier « 30 ans après le rapport MC Bride » sous la direction de B. Miège.

Gabas J-J. (s/d), 2004, *Société numérique et développement en Afrique. Usages et politiques publiques*, Paris, Karthala.

GONDARD-DELCROIX, 2007, « Entre faiblesse d'opportunités et persistance de la pauvreté : la pluriactivité en milieu rural malgache », in *Cahier du GHRETA n°07/01*, Université de Bordeaux IV.

KIYINDOU A. (s/d), 2009, *Fractures, mutations, fragmentations, de la diversité des cultures numériques*. Paris, Hermes, Lavoisier.

PNUD, 1999, *Rapport sur le développement humain*, De Boeck Université.

PNUD, 2001, *Rapport sur le développement humain, Mettre les nouvelles technologies au service du développement*, De Boeck Université.

PNUD, 2004, *Les Technologies de l'Information et de la Communication au service de la réduction de la pauvreté*, UNDP-APDIP.

RAJAONA D., RABEVOHITRA N., 2010, « An essay to measure poverty through multidimensional approach. The case of Manarintsoa's community- Madagascar », Paper presented at HDCA Conference 2010-Amman-Jordan, Human Rights and Human Development.

RANDRIANASOLO H., RAJAONA DAKA, (2012, à paraître) : « TIC et développement humain : cohérence entre discours et réalité » in Ledjou J-M. et al. : « Les TIC dans les Suds : du discours à la réalité socio-économique », Paris, Karthala.

RNDH Madagascar, 2001, *Vision 2015 : les TIC au service du développement humain*, Antananarivo, PNUD MADAGASCAR

RNDH Madagascar, 2006, *TIC et développement humain*, Antananarivo, PNUD MADAGASCAR.

UIT, 2008, « Indicateurs des télécommunications / TIC Africaines : à la croisée des chemins », 2008.

Réseaux télématiques pour la mémoire des sociétés en transformation

Carmen Rodríguez-Wangüemert <crodrigu@ull.es>

José Manuel Pestano Rodríguez <jpestano@ull.es>

José A. Mingolarra Ibarzábal <jose.mingolarra@ehu.es>

Université La Laguna (Tenerife) et Université Pays Vasque (UPV)

La mémoire audiovisuelle extérieure dans les réseaux télématiques, l'exo mémoire, constitue un des signes principaux pour la construction de la signification culturelle publique dans les sociétés actuelles. Pour cette raison, il est convenable d'étudier sa constitution, son emmagasinage de même que la capacité pour récupérer ses contenus, à la relevance du document. Nous proposons dans cette recherche si You tube, un des stockages de la mémoire audiovisuelle qui s'affirme davantage dans la société, va représenter adéquatement les transformations sociales et culturelles actuellement en procès. Cette recherche argumente, grâce à une étude préliminaire, la nécessité d'un dépôt de documents audiovisuels récupérables et significatives pour les collectivités locales et les globales qui, via Internet, se fondent. Elle cherche à établir des modèles avec des critères représentatifs sur ce que doit contenir et comment doit être sélectionné le contenu de la documentation audiovisuelle d'une communauté.

Les derniers usages des technologies de l'information et de la communication mettent en évidence les effets sociaux dans la configuration des nouvelles citoyennetés. Les effets des réseaux sociaux dans les révolutions représentent un champ de réflexion pour les études de communication en ce qui concerne au fait de gérer les espaces publics des villes en transformation. Notre contribution expose comment Internet avec le web 2.0 produit et conserve les nouveaux systèmes de signes qui forment de façon décisive la connaissance que les humains gardent comme réalité de sa propre transformation sociale.

Le rôle remarquable des réseaux sociaux dans les révolutions de la Tunisie et de l'Égypte oblige à creuser l'idée de comment les sociétés, caractérisées par résider des lieux (villes) fragmentés (Mingolarra, 2006, 19), s'unissent pendant les moments de transformation. Et aussi, pour réfléchir à une des effets des sociétés médiatisées par la communication audiovisuelle, le besoin de disposer d'approvisionnements en « exo mémoire » (Pestano, 2007, 90) qui sont localisés sur Internet comme manière de connaître les procès de transformation sociale.

Notre contribution vise à aller au-delà de l'impact instantané des réseaux sociaux. Elle se pose, en analysant au moins un certain référentiel comme You tube, comment améliorer à l'avenir les catégories pour le sauvetage de ces images dans la mémoire d'internet, pour qu'ils représentent dorénavant ce qui signifient culturellement pour les sociétés de nos jours.

Le terme exo mémoire fait référence à un type de mémoire externe formée par accumulation de référents, en supports divers, susceptibles d'être récupérés. Leurs dimensions peuvent être locales ou planétaires. Penser à Internet comme dépôt pour la mémoire sociale pose des problèmes irrésolus sur sa gestion. L'héritage audiovisuel laissé est d'une importance telle qu'il semble impossible accepter la perte des messages qui reflètent ce qui ont été et sont encore des sociétés entières. Et leurs procès de transformation. La simple conservation du matériel est une justification pour réagir. Dans les pays occidentaux centristes c'est un sujet hors question. Une des dimensions du problème est comment la conservation de la mémoire contribue à surmonter la brèche centre-périphérie. La tendance à seulement conserver le centre, par les difficultés mêmes de la périphérie ne font qu'augmenter les différences Nord/Sud en représentation audiovisuelle. On se demande si Internet continue à être une globalité fortement asymétrique, en ce qui concerne la conservation, captation et récupération de documents audiovisuels.

L'usage des réseaux télématiques est une possibilité de plus. Les dépôts de contenus sur Internet de nos jours et ceux qui sont à développer, contribueront à modeler la connaissance que notre espèce maintienne comme remarquable. Il sera nécessaire que la sélection de ses contenus soit appropriée et justifiée à ce qui a représenté leur réalité.

Préserver la mémoire audiovisuelle : réflexion théorique.

Pour ce colloque, l'on part de quelques réflexions qui fonctionnent comme résultat partiel d'une investigation de perspective multidisciplinaire pour obtenir dans les réseaux télématiques une exo mémoire audiovisuelle. Nous présentons ainsi une des études d'investigation de « Calima Red »¹, centrée sur le fait de valoriser la conservation de la mémoire audiovisuelle et de la problématique autour de comment il faut exposer ce procès à l'ère de la digitalisation.

Le travail est envisagé du point de vue de l'investigation en Communication Sociale, de comment la technification contribue à ce que la réalité sociale soit médiatisée à travers de la construction culturelle audiovisuelle.

L'exposé hypothétique du travail d'investigation, sur lequel on réfléchit, est établi sur l'essentielle des problématiques : qui est-ce qui doit établir les critères de sélection de l'exo mémoire ? À qui correspond l'éthique de la mémoire enregistrée ? Des mises en question qui se compliquent si l'on observe que la connaissance et la mémoire appartiennent à l'enceinte de l'illimité.

Rien ne gêne l'idée de préserver la mémoire universelle mais les difficultés du procès augmentent si l'on se rend compte de l'accessibilité aux contenus digitaux.

Aborder une étude de la préservation de la mémoire audiovisuelle pour conformer la Culture Audiovisuelle a aussi besoin d'un parcours dans les normes de dépôt légal. Par exemple, en France, chargé à l'Institut National d'Audiovisuel (INA) (Cuenca, L., 2003), sans arriver à formuler, avec caractère définitif, une législation qui agglutine la recommandation de l'UNESCO de 1980 dans laquelle la notion basique « d'œuvre audiovisuel » a été établie. En ce sens, le parcours légal supranational a été inexistant et il mériterait s'établir à partir de la responsabilité des pouvoirs publics et aussi depuis les accords d'implantation régionale proposés par le Conseil d'Europe (Moreiro, 2010,32).

Le plan légal devient difficile et peut être inabordable car les initiatives particulières s'entremêlent avec celles institutionnelles pour enregistrer la production culturelle comme mémoire audiovisuelle. La rapidité avec laquelle les faits technologiques se succèdent laisse peu d'espace pour la réflexion (Pestano, 2007,90) ; bien qu'il s'agisse d'un des aspects le plus relevant pour garantir une proposition de création d'un grand entrepôt universel virtuel pour la mémoire (Prado, 1997).

C'est qui est certain ce que si l'on pense que You tube s'instaure socialement comme un des moyens les plus utilisés pour récupérer la mémoire audiovisuelle, il faudrait expérimenter en techniques de stockage et récupération des contenus du point de vue de la transversalité. En outre d'une proposition de dépassement, depuis la tâche classique de la documentation, l'on travaille pour le surpassement de pratiques et théories conventionnelles et obsolètes et qui doivent être configurées « dans le cadre d'une conception métisse en termes de transculturalité » (García Gutiérrez, 2011,65).

Exo mémoire

Le terme exo mémoire fait référence à un type de mémoire externe formée par l'accumulation de référents, en différents supports, susceptibles d'être récupérés par chaque individu à travers de son équipement sensoriel basique. Les dimensions de l'exo mémoire peuvent être locales ou planétaires, et peuvent concerner à un seul sujet ou à toute l'espèce humaine.

En soi-même, l'exo mémoire n'est pas une nouveauté, elle n'est même pas exclusive des technologies info télématiques. Les peintures et gravures en pierre ou tissu, les inscriptions en planchettes d'argile ou papyrus, le livre et ultérieurement l'imprimerie supposent des pas successifs à la recherche d'un support externe, partagé et utile pour enregistrer, emmagasiner et récupérer l'information. Et pour cela, par son importance, il convient approfondir en ceux qui

¹ Calima Red, Chercheurs en Communication et Culture Îles Canaries-Afrique, fait ses études à l'Université de La Laguna (ULL). www.calimared.org, www.ull.es

naissent à l'abri d'Internet, en le faisant sous la perspective de perfectionner ses formes de récupération avec une valeur significative.

Aucun objet de documentation, comme les dérivés de l'activité audiovisuelle, ne résulte simple à manier. Depuis l'incorporation de ces supports à l'activité documentaire, la possibilité de maintenir des registres iconiques vraisemblables de segments temporels est devenue un important recours pour analyser, étudier et comprendre la production de sens et le fonctionnement même de sociétés différentes. Également pour les oublier, ou les ignorer, et même pour manipuler leur contenu, car la technologie permet de ne garder que des versions spécifiques de fragments de réalités, et seulement représentées pour la caméra. De nos jours on compte avec la possibilité d'extraire information relevant, la déposer avec aisance en multiples supports, de haute durabilité potentielle, et la récupérer postérieurement avec efficacité, dans n'importe quelle partie de la planète ; cela suppose une potentialité des technologies info télématiques, dont les conséquences ne sont pas envisageables en toute leur extension. À notre avis, la problématique n'est pas technologique, mais de choix de contenus, de références et des catégorisations qui doivent avoir un caractère de transversalité.

La communauté, le local dans le global.

Délimiter, analyser et définir les concepts de local et global dans l'investigation présente constitue une des objets de ce travail d'investigation de caractère préliminaire et exploratoire. Dans la vie quotidienne de nombreux paradoxes liés aux usages et pratiques des technologies de la Connaissance sont envisagées. L'individu vit avec les autres, a des relations de statu local et communique aussi avec son entourage. Dans beaucoup d'occasions il a besoin d'information globale, de communiquer avec des individus d'un autre entourage. « De fait, beaucoup d'événements actuels sont déjà locaux et globaux en même temps-glocaux-. À le local et global s'ajoute un autre stade qui suppose les Glocal » (López García, X, 2009,9).

Tout cela suppose une phase de grands défis à partir de la communication dans laquelle les acteurs de la communication (créateurs d'information et usagers) ont besoin de mieux connaître les pratiques sociales et de dynamisation culturelle depuis les milieux locaux aux globaux et en ce mélange qui impose internet. Tellement et encore plus, c'est ainsi d'indispensable de tenir compte de ces dynamiques communicatives d'une exo mémoire audiovisuelle, dans les réseaux télématiques, organisée.

Internet comme exo mémoire

Une des principales applications d'Internet consiste à la possibilité de registrer, emmagasiner et récupérer de l'information structurée de qualité en bases de données multi localisées (Pestano y Amézquita, 2007,95). L'information peut être gérée depuis des centres administratifs lointains, indépendants physiquement des points des archives. La consultation, sélection et récupération de documents peut être offerte à de différents types d'usagers, qui peuvent accéder à ces bases de données depuis quelconque équipe informatique connectée au réseau. Cette gestion de l'information de qualité concurrence avec les offres génériques d'autre type d'information mi-structurée ou anarchique, aussi présentes dans le réseau ; ces dernières-là, bien qu'utiles, présentent de difficultés d'usage, car elles ne doivent pas attester ni provenance ni véracité.

En réalité, produire information et la placer sur le réseau Internet est certes plus facile, même pour un néophyte, que de retrouver de données authentiquement précieuses sur un thème concret. Comme on démontrera qu'il arrive avec You tube, qui s'impose comme une exo mémoire d'usage quotidien dans les sociétés.

Penser à Internet comme exo mémoire suppose l'assigner la capacité de dépôt et gestion d'information ; du point de vue physique il existe des limitations ; le dépôt doit exister réellement, doit se situer sur un serveur, en quelque type des multiples mémoires électroniques disponibles, en leurs systèmes d'emmagasinement... ; bien que limitée, cette capacité d'usage du cyberspace ne

fait qu'augmenter en taille au temps qui diminue en coût par unité d'information, dans un processus qui maintient ce comportement de manière continue depuis deux.

Où il commence à apparaître des difficultés communes à tous les systèmes d'emmagasinage et récupération d'information est dans l'accès et la gestion des données (qui n'arrivent pas à être représentatifs de la culture) : il existe des limites générales à des procès comme registre, indexation, recherche, sélection et récupération d'information.

Si l'on recourt à une taxonomie, en général, les registres sont généralement récents, locaux, peu structurés, dispersés, indexés seulement dans la propre base de données ; les procédures publiques de documentation se produisent dans des pays développés, montrant leur vision sélective du monde ; dans le secteur privé, l'initiative s'accomplit parce que la gestion des droits des registres est mené au bout. Même, certaines politiques néolibérales permettent que des entités privées puissent accéder aux fonds publics pour digitaliser une mémoire commun et après la commercialiser parmi ceux mêmes qui ont soutenu le procès de documentation. (García Gutiérrez, 2005).

Ils existent de différentes catégories d'archives, de systèmes d'archives, et de gestion d'archives ; sites web avec des archives audiovisuelles qui ramassent des aspects socioculturels, économiques, politiques, anthropologiques, scientifiques d'un lieu ou zone concrète du planète ; d'autres avec des archives génériques et/ou spécifiques, centrés à un aire concret ; et même il y en a d'autres qui répètent les images des antérieurs ; ceux qui offrent des services payants, et ceux autres qui offrent des sons et images d'une grande qualité.

Parmi ces efforts taxonomiques, Fernández Quijada (2006) apprécie trois grands groupes de bases de données en fonction de la forme utilisée pour la créer et l'entretenir: manuel organisée, automatique organisée et manuel volontaire. Le premier cas utilise déterminées sources et personnes pour « télécharger » des données à la base ; le deuxième cas emploie la potentialité des réseaux pour explorer et construire de nouvelles connexions avec information sur l'information ; le troisième cas correspond à des groupes de personnes qui construisent les données à partir de l'intérêt propre à révéler cette information.

Mais, en plus, en beaucoup de cas l'information insignifiante, redondante ou de mauvaise qualité, normalement masque l'information qualifiée en termes numériques qui peuvent dépasser plusieurs ordres de magnitude ; les outils pour réaliser des recherches sélectives deviennent alors centrales au point de donner lieu à des services spécialisés de recherche spécifique, bases de données de recherches et indexation de contenus audiovisuelles, en détriment d'autres formes de localisation d'information associées aux grands chercheurs.

Mais, existe-t-il des demandes des usagers par rapport à ce type d'archives ? Nous commencerons par un extrême. Le côté obscur d'Internet offre une énorme quantité d'archives audiovisuelles obtenues par procédés frauduleux, procédés spécifiquement pour les soumettre à hautes compressions qui permettent le téléchargement à travers de réseaux de moyen et haut débit. N'importe qui peut exposer le système d'exo mémoire audiovisuelle qui désire, mais si l'on veut garder pendant un temps il semble inévitable compter avec des sources de financement non directe. Il convient étudier usages et usagers des réseaux parce que « la caractéristique plus remarquable de la relation entre système et usager est l'échange. Les usagers sont ceux qui vraiment se mettent en rapport et font Internet » (Moreiro, 2000 : 35).

Outre que ces usages des réseaux ils apparaissent d'autres plus faciles à déclarer, et même beaucoup plus formels. Au besoin générique de savoir quelque chose l'on ajoute des consultations spécifiques qui se produisent dans l'investigation scientifique, la connaissance technique et l'enseignement. L'héritage audiovisuel produit en temps passés est si important que l'on ne peut pas renoncer aux sons et images qui reflètent ce qui ont été et sont des sociétés entières. C'est-à-dire, seule la conservation du matériel est en elle-même suffisante justification pour agir de façon décisive. Bien que, ce que nous exposons c'est la nécessité de qu'il soit réalisé avec des critères de sélection qui garantissent que la conservation de contenus répercute sur la représentation culturelle des sociétés.

L'objet d'étude en soi, montrer le besoin d'une exo mémoire (réalisée avec des critères de sélection et classification) comme dépôt de documents audiovisuels récupérables comme reconnaissance de patrimoine de communication et culture, peut seulement s'objectiver pour le moment du point de vue d'une méthodologie exploratoire et de caractère préliminaire. Comme il a été signalé, les sommets sont nombreux, les variables et les catégories deviennent illimitées en Internet, à ce qu'il faut ajouter les initiatives personnelles d'emménagement.

À partir du cadre d'étude de la Communication Sociale on propose une analyse simultanée et pluridimensionnelle pour pouvoir caractériser et valoriser les objets d'études postérieures. Pour cela, c'est la justification théorique qui a été sommairement exposée jusqu'au moment, on dispose comme premiers discours pour la réflexion (théorique et pratique), les aspects suivants :

1. Détermination conceptuelle des termes mémoire audiovisuelle, exo mémoire et culture audiovisuelle pour la validité scientifique.
2. Etablir les dynamiques, documentaire et de réglementation, qui assure des dépôts pour l'exo mémoire de cohérence : transculturel, diverse, ample et représentative.
3. Etude de cas particuliers, académiques et pratiques, qui permettent exposer les catégories d'analyse.
4. Elaboration d'une taxonomie utile comme outil de production d'exo mémoire.

Et tout cela pour que, depuis une analyse de cas particuliers pratiques particuliers s'établisse ce que l'exo mémoire d'une communauté doit contenir et quels agents y participent ; qui ou quoi (robots) documentent l'exo mémoire.

A partir du local...

L'étude partielle que nous sommes en train d'ébaucher dans cet apport, ne prétend qu'illustrer avec You tube, comme base de réflexion. Elle est exposée du point de vue d'une étude avec un cadre local, et de soi pour les caractéristiques du réseau, elle a une incidence globale. Il s'agit de donner brièvement un exemple, depuis la conception culturelle de Canaries, immergée dans le procès d'emménagement global d'archives audiovisuelles comme c'est le cas de You tube.

Le procédé invite à rechercher sur quoi doit, comme exemple, inclure un archive vidéo sur Lutte Canarienne pour qu'il puisse être récupéré dans une recherche ultérieure sur des sports autochtones. La Lutte Canarienne depuis les aborigènes « guanches » a subi nombreuse étapes et variations, mais sa conception actuelle est celle d'un paramètre d'identité culturelle de l'Archipel.

Une révision de You tube à ce sujet devient extrêmement révélatrice. L'expérience ne semble pas du tout compliquée, l'imaginaire social sur l'archive qui constitue You tube ne correspond aux difficultés réelles de correspondance face à un possible besoin de demande des usagers. Dans la recherche les métadonnées, les étiquettes, sont analysées ; quels supports doivent s'inclure et en quelle mesure elles doivent être conservées pour la mémoire audiovisuelle culturelle et transculturelle dans les réseaux télématiques. Et, spécialement, les capacités de rattrapage de ses contenus.

Présentées en données, on trouve en You tube des vidéos sur la Lutte Canarienne. Concrètement 2250, dans un premier procès de révision. Or, si la recherche se réalise avec les termes « sports autochtones aux Canaries », il arrive ce qui suit :

Nombre de vidéos rendus : 65. Nombre de vidéos qui irréfutablement traitent de Lutte Canarienne : 6.

A tout cela s'ajoute qu'il y ait plus de vidéos sur « gourdin canarien » ou « chiens de proie canariens » dans le rendu de la recherche de « Sports autochtones de Canaries » que sur « Lutte Canarienne ».

C'est-à-dire, le Sport Autochtone principal de l'Archipel résulte sous-estimé et invisibilité dans une claire absurdité du moteur de recherche et du sens occidental centriste de l'opérateur de YouTube, étranger aux caractéristiques locales et régionales des phénomènes qui documente.

...au glocal

Peut être même discutée l'importance de l'exemple que depuis le local nous avons situé au centre de modèle de ce bref apport scientifique. Mais sa signification, au-delà du fait local, peut motiver des réflexions au moins sur l'opérativité d'un processeur d'exo mémoire de documents audiovisuels comme YouTube, qui arrive déjà aux 1000.000.000 millions de registres.

Pour cela, des études partielles comme celle dont les lignes sont ici ébauchées, permettront de se poser s'il faut agir pour éviter que YouTube devienne la seule référence d'exo mémoire audiovisuelle à court terme dans la planète, comme il paraît arriver davantage.

A plus forte raison, si l'héritage audiovisuel enregistré n'est pas capable de soutenir avec rigueur la réalité sociale médiatisée, et leurs valeurs. La préoccupation réelle est que tout cela puisse logiquement aussi arriver dans les procès de transformation sociale et les valeurs des nouvelles citoyennetés de ces premières années du XXI^e s., à cause d'une globalisation, fortement asymétrique, en ce qui concerne la conservation, captation et récupération de ses documents audiovisuels qui s'imposent sur Internet, une fois surmonté le moment d'activation pour les réseaux sociaux, c'est-à-dire, au moment où les documents audiovisuels passent aux dépôts de mémoire s'ils n'arrivent pas à être bien contextualisés, étiquetés et ajustés à des moteurs de recherche créés avec des critères de sélection transversale et de représentation culturelle.

Bibliographie

- CUENCA, L., 2003, «La memoria audiovisual: su conservación y protección», *Área Abierta*, n° 6
- MOREIRO, C., 2010, «La cooperación internacional y europea para rescatar la memoria audiovisual», *Revista General de Derecho Europeo*, n° 22, 1-33.
- LÓPEZ GARCÍA, X., 2009, *Desafíos de la Comunicación Local*, Edición Electrónica.
- FERNÁNDEZ QUIJADA, 2006, «Bases de datos multimedia en la Red global. Un recurso para la localización e indexación de contenidos», *Telos*, n° 67.
- PRADO, E., 1997, «Nuevas Tecnologías e interactividad: gran almacén universal virtual», *Diálogos de la Comunicación*, n° 48, p. 89-95.
- MINGOLARRA, J.A. 2006, « Prontuario interrumpido de la ciudad», *Revista Internacional de Estudios Vascos*, n° 51,1, 11-23.
- GARCÍA GUTIÉRREZ, A., 2006, «Redes digitales y exomemoria», *Binaria*, vol. 1
- PESTANO, J.M., 2007, « Exomemoria audiovisual y redes telemáticas », *Contexto. Revista de Comunicación de la Universidad de La Laguna*, n° 1, pp. 89-100.

Réception des médias satellitaires par un public spécifique : les adhérents de l'Amicale des Algériens de Nancy et environs

Linda Saadaoui <lindasaadaoui@eave.org>

Centre de Recherche et d'Etudes sur les Médiations (EA-3476)

Dans la société telle que la France, la diversification et l'internationalisation de l'offre culturelle, accompagnées de la floraison d'antennes paraboliques, auraient-elles introduit, avec la peur de « replis communautaires », de « ghettoïsation » (Frachon, Sasso, dirs, 2008). Saisir comment une communauté qui a la particularité d'être la plus représentative de France appréhende la télévision par satellite a conduit à mener une enquête, durant l'hiver 2008-2009, auprès d'une *Amicale des Algériens*, celle de Nancy et de ses environs. Afin de répondre aux interrogations de différents discours (scientifiques, politiques, médiatiques, etc.) qui ont pu y déceler parfois un risque de repli communautaire, l'enquête permet de mettre en perspective des critiques des télévisions françaises et algériennes, afin de comprendre pourquoi les interviewés choisissaient de se diriger vers des chaînes satellitaires ...ou non. Afin de mettre, pour partie, en perspective la donne informationnelle et communicationnelle qui se joue entre les représentations de la société française et de la société algérienne *via* le canal télévisé, les motifs de consommation de la TPS ont été interrogés. De la sorte et afin de mener à bien cette étude de réception, ont été conduits 22 entretiens de 14 hommes et de 8 femmes, âgés de 23 à 73 ans, tous consommateurs réguliers de TPS.

En 2007, le documentaire de Robert Alaux « *Paraboles, mon pays à domicile* », a bénéficié d'une large couverture médiatique¹. Suivant le quotidien de quatre familles originaires de Turquie et d'Afrique du Nord, le réalisateur s'interroge sur la place de la parabole dans les familles rencontrées. La presse s'interrogeait : « facteur d'intégration ou repli communautaire ? » (*Le Monde* du 01/06/2007), cherchait à « cerner le rôle des paraboles dans l'intégration de ces populations [immigrées] » (*Le Parisien TV Hebdo* du 25/05/2007), on constate que « la floraison spectaculaire aux fenêtres et sur les toits des grands disques blanc engendra et engendre toujours, des questionnements inquiets ». Et de s'interroger : « Faut-il voir un symptôme du refus de s'intégrer de ces familles ? Cette lucarne ouverte sur le pays d'origine ne véhicule t'elle pas aussi la propagande islamiste ? » (*Télérama* du 28/09/2007), « les paraboles ont-elles modifié le rapport de ces familles à l'identité française ? En clair, la TV pat satellite nuit-elle à l'intégration des immigrés en France ? *Le Nouvel Obs TV* du 26/05/2007). L'antenne parabolique en somme serait « le symbole d'un puissant attachement aux traditions » (*Les Inrockuptibles* du 26/05/2007). Partant de ce constat, il a été jugé pertinent de s'interroger sur cette « télévision des autres » à ces « paraboles de l'immigration », expression que l'on emprunte volontiers au sociologue Ahmed Boubeker (1999 : 111-121), paraboles qui, sans forcément désigner un concept de repli, peuvent aussi prêter à entendre une internationalisation de la diffusion médiatique auprès des publics. Aussi, si le sujet de la diffusion, s'est maintes fois posée, c'est la question de la réception des chaînes satellitaires par un public particulier de la Télévision par satellite (TPS) en France qui nous intéressera : des Algériens.

Profils, us et usages de la TPS par le public rencontré à l'Amicale des Algériens de Nancy

Même s'il est interdit en France de connaître le nombre d'immigrés en raison de la directive relative à la protection des personnes physiques², aujourd'hui, les Algériens constituent *a priori* dans l'Hexagone l'une des diasporas les plus nombreuses devant celles de longue tradition comme les Portugais ou les Italiens³. En ce qui concerne la question du public, il est approprié de voir pour la communauté particulière étudiée un « public diaspora ». Cette désignation doit se comprendre tel que l'entend le sociologue Daniel Dayan (2009 : 449) à savoir : des communautés

¹ <http://www.crescendofilms.fr/techgrafik/documents/flddocs/20090925105011993890.pdf>

² Directive 95/46/CE du Parlement européen et du Conseil du 24 octobre 1995.

³ Par ailleurs, l'étude en 2008 de l'INSEE « Insee - Population - Être né en France d'un parent immigré » estime 1,3 million des descendants âgés de 18 à 50 ans (quatre sur dix) ont au moins un père ou une mère originaire d'Algérie (20 %)³,

éclatées qui se déploient sur un territoire tout en constituant des îlots de sociabilité à une échelle locale.

Pour cette enquête, le « public diaspora » choisi a été celui de la communauté associative algérienne de Nancy, celui de l'*Amicale des Algériens de Nancy et environs (AANE)*, bureau issu de l'*Amicale des Algériens en Europe (AAE)*, association régie par la loi 1901 Créée en 1962, sous l'égide de l'ancien Parti Unique du Front de libération nationale (FLN), l'AAE avait été constituée durant une crise de restructuration, lors de la division de la puissante fédération de France du FLN¹.

Vingt-deux entretiens avec quatorze hommes et huit femmes âgés de 23 à 73 ans, consommateurs réguliers de TPS ont été conduits afin de mener cette étude. En ce qui concerne le profil social des enquêtés (cf. tableau A), près d'un tiers est issu de la première génération des travailleurs immigrés, recrutés par le patronat français au cours des années 50. Aujourd'hui retraités, ils ont en commun, avec le responsable de l'amicale, d'être nés en Algérie, d'y retourner régulièrement (en moyenne tous les deux ou trois ans) et d'avoir eu des enfants nés et éduqués en France. Ils parlent au minimum deux langues : le français et l'arabe et/ou le berbère. Le second tiers se compose d'une génération de binationalaux² âgées de moins de 30 ans. Les langues couramment parlées sont au minimum de trois dont le français et l'arabe. Enfin, le dernier tiers se compose d'une classe d'Algériens de moins de 40 ans. Ils sont nés en Algérie et se sont rendus en France pour différentes raisons, la première étant les études.

Tableau 1 Aperçu du profil social des enquêtés

La réception des médias audiovisuels auprès de la diaspora algérienne L'exemple de l'Amicale des Algériens d'Europe de Nancy et Environs								
Répondants	Sexe	Age	Ville de Naissance	Nationalité	Activité	Langues	En France depuis	Frequence visite Alg.
Malika S.	F	25	Troyes, FR	Franco-Algérienne	Etudes	FR; AR; anglais; espagnol; portugais	née en F	1x/3 ans
Wahiba A.	F	26	Benissaf, DZ	Algérienne	Demandeuse d'emploi	FR; AR; anglais	7 ans	1x/an
Nadia M.	F	27	Paris, FR	Franco-Algérienne	Etudes	FR; AR; anglais; espagnol; italien; luxembourgeois	née en F	1x/2 ans
Sonia A.	F	28	Ouadriyou, DZ	Algérienne	Artisan	FR; AR dialectal et l'AR littéraire	26 ans	1x/2 ans
Dalila A.	F	31	Oran, DZ	Algérienne	Enseignement	FR; AR; anglais; allemand	10 ans	1x/an
Ouardia R.	F	51	Tizi Ouzzou, DZ	Algérienne	Femme au foyer	FR; kabyle	26 ans	1x/an
Cherifa S.	F	64	Skikda, DZ	Algérienne	Retraite	FR; AR	49 ans	2x/an
Zohra B.	F	66	Jijel, DZ	Algérienne	Retraite	FR; AR	52 ans	1 à 2 x/an
Yanis L.	M	23	Nancy, FR	Franco-Algérienne	Etudes	FR; AR; italien; anglais; esperanto	né en F	2 à 3 x/an
Souleymane B.	M	28	Alger, DZ	Algérienne	Finance Manager	FR; AR; anglais; kabyle	10 ans	1x/5 ans
Mohamed K.	M	29	Troyes, FR	Franco-Algérienne	Consultant international	FR; AR; kabyle; anglais; espagnol	née en F	1x/3 ans
Mohamed I.	M	30	Tlemcen, DZ	Algérienne	Finance Manager	FR; AR; kabyle; anglais; allemand; espagnol	29 ans	1x/2 ans
Kamel H.	M	31	Biskra, DZ	Algérienne	Etudes	FR; AR; anglais; russe; néerlandais	26 ans	1x/2 ans
Youssef H.	M	44	Alger, DZ	Algérienne	Commercial	FR; AR; anglais	13 ans	3 à 4 x/an
Karim A.	M	46	Alger, DZ	Algérienne	Chercheur	FR; AR; anglais; allemand; kabyle	7 ans	1x/an
Farid E.	M	49	Clichy, FR	Franco-Algérienne	Technicien d'exploitation	FR; AR	15 ans	1x/an
Medour A.	M	60	Biskra, DZ	Algérienne	Retraite	FR; AR	36 ans	1x/an
Ahmed R.	M	61	Tizi Ouzzou, DZ	Algérienne	Retraite	FR; AR; kabyle	42 ans	2x/an
Merrad M.	M	68	Batna, DZ	Algérienne	Retraite	FR; AR	50 ans	1 à 2 x/an
Ahmed S.	M	69	Sétif, DZ	Algérienne	Retraite	FR; AR	54 ans	1x/an
Addouda	M	70	Batna, DZ	Algérienne	Retraite	FR; AR	53 ans	1 à 2 x/an
Fadloune M.	M	73	Millia, DZ	Algérienne	Retraite	FR; AR	55 ans	1x/an

Légende

	Première génération: flux d'immigration économique des années 50, encou FR = français, France	
	Deuxième génération de l'immigration post-coloniale	
	Autres immigrations	
FR = français, France	AR = Arabe	DZ = Algérie

Lorsqu'on interroge les adhérent(e)s de l'AANE sur leur ressenti vis-à-vis de la réception d'information par la télévision de la France métropolitaine, la plupart d'entre eux répond ne pas

¹ Aujourd'hui encore, l'AANE hérite de la même histoire FLNiste comme le laissent suggérer les portraits des présidents Houari Boumediene et Abdelaziz Bouteflika, dressés dans l'entrée de l'immeuble rue Grandville, situé aux portes de la Vieille Ville ducale de Nancy. Depuis 1990, celle-ci a le même président, Ahmed Ould Djemri Saadaoui, né à Guellal, dans la wilaya de Sétif. Cet ancien combattant de la guerre d'Algérie qui a accepté de nous recevoir à l'AANE, vit depuis 54 ans en France et a présidé et œuvré dans différentes autres amicales du Grand Est de la France : Sochaux, Montbéliard, Belfort, Épinal, Vesoul, Saint-Dizier, Bar-le-Duc, Strasbourg et Troyes.

² L'enfant né en France après le 1er janvier 1963, d'un parent né en Algérie avant le 3 juillet 1962, devient binational, c'est-à-dire qu'il a le droit aux deux nationalités : française et algérienne. Source : <http://www.diplomatie.gouv.fr>.

être satisfaits de ses contenus. En effet, si les raisons personnelles de tout un chacun paraissent plurielles, il semble néanmoins que tous convergent à penser que la télévision française ne représente pas assez les minorités de manière positive, notamment tout ce qui a trait à leurs coutumes, cultures et religions. Fadloune A., doyen des interviewés, âgé de 73 ans, dit regarder la télévision surtout durant le journal télévisé. Indubitablement, il avoue son désintérêt pour la télévision française : « *Je ne comprends pas ce que raconte la France, c'est toujours pareil. On montre seulement quelques minutes de la guerre et le reste... des conneries, alors je regarde la parabole...* ». Pour le second doyen, Addouda c'est indifférent : « *J'aime bien regarder la télévision algérienne, mais je crois que la télévision française, ou les autres, c'est pareil, ni plus ni moins de temps, ça dépend du moment* ». A contrario, d'autres émettent des recommandations pour une amélioration des contenus de la télévision française : « *un traitement des sujets en profondeur. Une ouverture sur le monde. Des thèmes un peu moins franco-français* » (Mohamed K., 31 ans). Il en est de même avec les propos d'autres interviewés qui pensent que la télévision devrait « *réfléchir à des progrès, mieux représenter la société dans laquelle on vit* » (Merrad M., 68 ans) ; « *retirer des émissions qui rendent bête tout simplement [et ajouter] plus de programmes pour enfants autres que des dessins animés* » (Sonia A., 28 ans) ; « *diffuser moins d'informations mensongères et être moins contrôlée par l'État* » (Farid E., 49 ans) ; « *que ce ne soit pas qu'une télé qui montre sa version de la France, qui montre aux riches, les pauvres gens de la "France du bas"* » (Medour A., 60 ans).

Tous ces extraits de témoignages attestent de différentes formes de mécontentement Zohra B., 66 ans, dénonce quant à elle les contenus qui risqueraient de heurter les enfants : « *Il y a trop de programmes le soir, qui ne sont pas familiaux, mais violents, où on doit changer de chaînes toutes les cinq minutes. Quand mes petits enfants viennent, si la télécommande n'est pas près de moi, j'ai peur !* » Aussi, une autre condamnation revient souvent : celle des « *bêtises* » qui passent à la télévision. Derrière cette expression se cache la revendication, comme l'a expliqué Addouda N. (70 ans), de « *plus de programmes familiaux le soir, à regarder en famille, sans toutes ces bêtises...* ». Les « *bêtises* » dénoncent la diffusion d'images jugées non morales (souvent pornographiques et/ou violentes), majoritairement autorisées par les chaînes des pays occidentaux, mais en revanche, interdites dans la totalité des pays arabo-musulmans. L'interdiction s'explique principalement par des raisons religieuses et par l'influence de la religion musulmane qui préconise la pudeur. Ainsi, tout au long des enquêtes, on remarque que la religion peut jouer un rôle dans le choix des contenus télévisés. Les interviewés, jeunes et moins jeunes, avouent souvent, par ailleurs, se tourner vers la TPS pour regarder des programmes sur les fêtes et cérémonies religieuses. Aussi peut-on évoquer l'idée d'une « *télévision cérémonielle* » (Dayan & Katz, 1996) et d'une proximité partagée par tous.

Concernant la télévision algérienne, les téléspectateurs n'ont eu accès jusqu'au milieu des années 80 qu'à la chaîne nationale ENTV surnommée « *L'Unique* », avant que le paysage audiovisuel algérien n'intègre finalement deux autres chaînes, *Canal Algérie* et *A3*. Lors de nos enquêtes, on constate que ce sont surtout les Algériens plus âgés qui émettent le plus de critiques à l'égard de la télévision algérienne, car ils estiment que trois chaînes ne suffisent pas à la représentativité et à la pluralité. Le manque de diversité des programmes est souligné : « *on mélange tout, on met de la culture avec de la politique, puis on passe au sport. Il faudrait que chaque chaîne ait une thématique parce qu'actuellement, c'est une vraie "tchakchouka"¹ de programmes sans distinctions, sans transitions* » (Ahmed S., 69 ans). L'attention est également portée sur la maigre qualité des divertissements : « *Pour l'Algérie, tout est à changer ! Il n'y a rien de bon ! Leurs films c'est une catastrophe on dirait qu'il n'y a que trois acteurs en Algérie ! Ce sont toujours les mêmes acteurs dans les mêmes films ! Et ce sont trois films qui sont rediffusés en boucle !* » (Cherifa S., 64 ans). Enfin, le fait que les autres wilayas [régions] soient souvent occultées au profit de celles du littoral centrées autour de celle d'Alger, alors qu'elles sont pourtant nombreuses (48 collectivités), est un reproche récurrent. En résumé, les remarques varient entre moins de

¹ La tchakchouka est un met traditionnel d'Afrique du Nord qui se compose généralement de poivrons, tomates, ails, œufs, olives et/ou pommes de terres selon les régions. Le nom *tchakchouka* en tamazight signifie « *mélange* ». Employé comme expression imagée, le terme renvoie ici à l'idée anglo-saxonne de « *salad bowl* ».

censure, plus de culture, plus de diversité, plus d'informations et de précisions pour les programmes en Algérie.

Les Algériens et la TPS : choix concernant les chaînes regardées

Bien entendu, les Algériens de France ne regardent pas exclusivement les télévisions de France ou d'Algérie. De surcroît, la langue commune aux télévisions panarabes, l'arabe dit littéraire, langue sémitique du Coran, ne peut que tendre à converger encore plus vers un espace public ouvert à une information sans frontières. C'est pourquoi, de manière générale, pour s'informer ou se divertir, les interviewés privilégient *via* la TPS, d'autres chaînes : les chaînes panarabes, les télévisions d'Afrique du Nord, où l'arabe dialectal est aussi présent que l'arabe littéraire. Ensuite, mis à part les trois canaux télévisuels algériens, les autres télévisions citées sont celles que certains interviewés appellent les télé « *des pays arabes* » ou « *les télé du Maghreb* ».

Ainsi, sont d'abord nommées les télévisions du Maroc, du Liban et de la Syrie, suivies de celles de la Tunisie et de l'Égypte ; pour le Proche-Orient, ce sont celles des Émirats Arabes Unis, du Qatar et du Koweït. Parmi les plus populaires figurent les canaux d'information qui diffusent des programmes en continu, soit la chaîne qatarie *Al Jazeera*¹. Après le 11 septembre 2001, cette chaîne est devenue une source d'information pour l'Agence France Presse et les rédactions françaises, ce qui lui a permis de gagner en crédibilité dans le monde arabe, mais aussi au sein des populations issues de l'immigration coloniale, notamment auprès des jeunes concernant l'information. À l'identique, elle est fortement prisée pour la diffusion des matchs de *football*, un des autres critères importants qui incitent, par exemple, certains enquêtés à privilégier cette chaîne (Yanis L., 23 ans, Kamel H. 31 ans).

D'autres chaînes sont également populaires telle *Al Arabiya* contrôlée par des capitaux saoudiens et dont le siège est basé à Dubaï ou encore *Al Manar*, dont l'actionnaire majoritaire est le *Hezbollah*. Ces chaînes arabophones sont appréciées pour leurs informations. D'ailleurs, elles sont surtout citées pour leurs journaux télévisés. Mais les télévisions arabes n'ont pas le seul monopole de l'information comme on le constate avec la popularité de la chaîne eurasiennne *Roussia Al-Yaoum* (La Russie aujourd'hui). Créée par Moscou fin 2005, à l'instigation de *Russia Today* (RT), qui est une télévision anglophone *Roussia Al-Yaoum*, elle émet en arabe. Ces chaînes apparaissent en quelque sorte comme des relais internationaux de l'information dirigés vers l'étranger au même titre que les chaînes anglophones étasuniennes ou britanniques, *CNN* ou *BBC*, souvent citées par les Algériens trilingues interrogés (13 membres âgés de 23 à 42 ans). D'autres chaînes sont aussi visionnées pour leurs contenus musicaux internationaux comme le canal marocain *2M*.

De même, des variables dans le choix des contenus sont à noter selon le genre et l'âge. Par exemple, Zohra B. retraitée de 66 ans, ne s'intéresse qu'aux chaînes de la France et de l'Algérie lorsqu'il est question de suivre les informations. En revanche, dans l'industrie du divertissement, elle ne se limite pas. Pour accéder à un genre de série particulier, elle va préférer les canaux d'Afrique du Nord, les programmes syriens, égyptiens, libanais ou émiratis. En effet, ils proposent des feuilletons populaires à destination des femmes (jeunes ou retraitées), avec des *telenovelas* d'Amérique latine, traduites en arabe comme la série vénézuélienne « *Kassandra* » dont l'héroïne est une gitane mariée au sein d'une famille riche ou encore « *Guadalupe* »² une co-production américaine de langue latine, qui raconte la vie cornélienne d'une jeune femme, fille d'un puissant *businessman* de Miami et d'une servante, morte en la mettant au monde. Aussi, en ce qui concerne les chaînes du câble, ce genre plaisait déjà, car toutes les femmes de la première génération interviewées ont cité soit l'une ou les deux séries que sont « *Top Model* » (*The bold*

¹ S'il n'existe pas de mesures précises des parts d'audience nationale et internationale des chaînes satellitaires panarabes, plusieurs indicateurs confirment néanmoins la suprématie écrasante d'*Al Jazeera*. Cf. Olfá Lamoum, *Al Jazira, miroir rebelle et ambigu du monde arabe*, La Découverte, 2004.

² Telenovela de langue espagnole née en 1993 produite par les États-Unis avec Capitalvision International Corp et Televisión Española (TVE) pour la chaîne *Telemundo*.

and the beautiful originellement) et « Les feux de l'amour » (ou *The Young and the Restless*)¹. En ce sens, pour certaines femmes au foyer ou retraitées, la TPS sert juste à avoir plus de choix, quant au genre du feuilleton. Le témoignage de Cherifa S., 64 ans, est, à cet égard, marquant. Elle dit se retrouver aussi bien dans les contenus proposés par la télévision algérienne, que dans le paysage audiovisuel français, ou tout autre canal francophone ou arabophone. Cela ne dérange donc pas cette femme retraitée qui explique : « *Pour moi, [les séries], ça rend les journées moins pesantes. Ça comble le vide. Et c'est comme si je vivais avec ces acteurs alors je m'en fiche de savoir la provenance du programme tant que ça raconte une histoire et que je peux la suivre* ». Ce dernier exemple montre que la provenance du programme importe peu du moment que la fonction de divertissement voire de palliatif à la solitude est comblé.

Actualité géopolitique : regards tournés vers les conflits impliquant le monde arabe

Au moment où les enquêtes se sont déroulées (hiver 2008-2009), l'actualité médiatique de la scène internationale se divisait principalement entre une bipolarité d'informations venues de l'Occident et de l'Orient. D'une part, les préoccupations portaient sur des enjeux internationaux comme la crise financière des crédits hypothécaires aux États-Unis et ses effets « papillon » sur les marchés monétaires mondiaux. Le nouveau Président Barack Obama préparait son investiture à la Maison Blanche du 20 janvier 2009. D'autre part, en Algérie se multipliaient les campagnes des élections présidentielles du 9 avril 2009. En Afghanistan, les conflits se succédaient. Parmi les autres événements géopolitiques diffusés sur la TPS, figuraient les événements difficiles du conflit en Irak, mais aussi ceux que certains ont considérés comme des « *guerres contre le monde arabe* » (Medour, 60 ans) ou encore les « *coups de Bush sur le monde arabe* » (Ahmed S., 69 ans). Ceci dit, ce qui est revenu de manière récurrente dans l'évocation des événements les plus visualisés par les membres de la diaspora algérienne rencontrés, c'est indéniablement l'actualité au Proche Orient : les attaques et tirs de rocket de l'armée israélienne et la résistance du *Hamas* sur la bande de Gaza étaient au cœur des polémiques médiatiques (cf. tableau 2). Les vingt-deux jours d'offensive (27 décembre 2008-18 janvier 2009) qui s'étaient soldés selon les organisations par « une hécatombe du côté palestinien » – près de 1 400 morts, et du côté israélien, dix soldats et trois civils tués – ont marqué les esprits².

¹ Ces deux séries créées respectivement en 1987 et 1973 par William Joseph Bell et Lee Phillip Bell sont à ce jour d'ailleurs, des plus longs et des plus anciens feuilletons toujours en production de l'histoire de la télévision.

² L'organisation *Palestinian Centre for Human Rights* a émis un communiqué de presse le 19 mars 2009 faisant état du bilan des pertes humaines causées par le conflit : 1417 morts parmi lesquelles 926 civils, 255 officiers de police et 236 résistants. Du côté israélien, selon un communiqué (le 14 janvier 2009) de l'ONG *B'T Selem* le centre israélien d'information pour les droits de l'homme dans les territoires occupés, les chiffres des victimes palestiniens étaient à peu de choses près les mêmes (1315 victimes palestiniennes). Cette organisation recensait également les pertes du côté israélien : 3 civils et 10 soldats israéliens décédés, et parmi les blessés 113 soldats ainsi que 84 civils.

Tableau 2 : Evènements et canaux visionnés par les Algériens rencontrés lors de l'enquête

La réception des médias audiovisuels auprès de la diaspora algérienne L'exemple de l'Amicale des Algériens d'Europe de Nancy et Environs						
Répondants	Sexe	Age	Média étrangers les + regard	Intérêt + TV Algérie	Evs visionnés par TV étrangère	Raisons
Malika S.	F	25	France;Maghreb; Liban et angleterre	Non	Israel-Palestine	Sources d'information
Wahiba A.	F	26	Algérie; Maroc; Egypte; Syrie; Koweït; Abu Dhabi	Non	Attaques sur Gaza	Comprendre ce qui se passe
Sonia A.	F	27	France; Algérie; Maroc; Dubaï	Non	Gaza	Influence Religion et Etat
Nadia M.	F	28	France; Luxembourg; Algérie; Qatar; Italie; USA	Non	Palestine	Sources d'information
Dalila A.	F	31	Al Jazzeria; chaines arabes et françaises	Oui	Conflits/Gaza	Couverture en continue
Ouardia R.	F	51	France; Algérie	Non	Fêtes religieuses et élections algériennes	plus d'informations et des précisions
Cherifa S.	F	64	France, Maghreb; Dubaï; Liban, Syrie	Non	Gaza	Langue
Zohra B.	F	66	Syrie; Egypte; Liban; France et Algérie.	Non	Palestine	Langue
Yanis L.	M	23	France; Algérie	Non	Le 11 septembre	Sources d'information
Souleymane B.	M	28	France; Algérie	Non	coupe d'Afrique foot	Traitement différent de l'info
Mohamed K	M	29	Qatar avec AL Jazeera; US avec CNN	Non	Invasion Irak par Us, Invasion Palestine par Israel	parole plus libre, sujets traités en profondeur, débats contradictoires
Mohamed I	M	30	Belgique; Luxembourg; France	Non	NR	NR
Kamel H.	M	31	Maghreb; Russie; Benelux; Emirats Arabes Unis	Non	Israel-Palestine	Propagande
Youssef H.	M	44	Algérie et pas plus.	Oui	Palestine	Sources d'information
Karim A.	M	46	Algérie; Maroc;Tunisie; US; GB	Non	Elections US Israel-Palestine	géopolitiques
Farid E.	M	49	Algérie	Oui	Non	Aucune
Medour A.	M	60	France; Algérie	Oui	Les guerres contre le monde arabe	Sources d'information
Ahmed R.	M	61	France; Algérie	Non	Fêtes religieuses et élections algériennes	Sources d'information
Merrad M.	M	68	France-Proche Orient	Oui	Conflits/Gaza	Sources d'information
Ahmed S.	M	69	Al Jazeera; Al Arabiya et Russie ;+ 22 pays arabes	Non	Israel Palestine/Syrie/ Irak/Iran/Bolivie/Venezuela, coups de Bush sur le monde arabe.	Laisser la parole aux pays victimes
Addouda	M	70	Algérie ; Qatar	Oui	Proche Orient	Information Internationale
Fadloune M.	M	73	Algérie; Maroc; Tunisie	Oui	Guerre	Langue

Légende

	Première génération: flux d'immigration économique des années 50, encouragée par l'Etat et par le patronat français
	Deuxième génération : descendance du flux d'immigration des années 50, encouragée par l'Etat et le patronat français
	Autres immigrations

Nombreux, en effet, sont ceux qui ont répondu qu'ils s'orientaient vers la TPS pour s'informer sur « *ce qu'il se passait en Palestine* », ou « [sur] *les guerres injustes comme celle de la Palestine* » comme les a décrits Ourdia R. (51 ans). Wahiba, 26 ans, quant à elle, a reconnu que lorsqu'il s'agissait d'obtenir des informations sur « *les attaques sur Gaza, là [elle] regardait des chaînes des quatre coins du monde* ». La réponse est, ici, révélatrice du désir d'une information « *sans frontières* ». De la même manière, une autre frontière est peu perceptible, mais bien présente : celles entre images et souvenirs. Il faut noter que la vision du conflit israélo-palestinien a renvoyé aux séquelles de la guerre d'Algérie, et qu'un passé douloureux et encore proche a été à nouveau exhumé.

Ahmed S. (65 ans), ancien combattant pour l'Indépendance de l'Algérie, a partagé de manière implicite ses souvenirs: « *Quand, pendant les informations, je vois tous les jours des Palestiniens se laissant envahir par les Israéliens, je ne peux pas m'empêcher de me dire qu'ils sont bêtes, qu'il n'y pas d'hommes là-bas, car ils ne font rien, ils ne réagissent pas à l'attaque, ils se laissent dominer. En Algérie, ça n'avait rien à voir. Quand un char d'assaut rentre dans leur ville, détruit tout sur son passage, tue, massacre des civils, est-ce qu'il est si difficile de préparer un torchon avec de l'essence [un cocktail Molotov, ndlr] et d'attendre le bon moment avant de le mettre dans la trappe du char ? Le blindage arrière est le plus faible, ça réussirait et cela démotiverait tout de suite l'ennemi à envoyer des chars* ».

Ainsi, à l'instar d'Arnaud Mercier (2008 : 163), chercheur en sciences de l'information et de la communication, qui s'est interrogé sur l'engagement des journalistes français couvrant les conflits israélo-palestiniens, on peut comprendre dans quelle mesure la cause des palestiniens réfugiés et

colonisés par Israël a remémoré aux Algériens celle de leur propre passé. « Car cet État [Israël] est aujourd'hui l'un des seuls états démocratiques à subir officiellement l'accusation de colonialisme » notamment par les observateurs de terrains que sont les ONG.

Les plus jeunes membres de l'AANE semblent tout aussi révoltés que leurs aînés comme l'atteste le témoignage de Nadia M. (28 ans) qui a confié la peine qu'elle ressentait en regardant les images du conflit israélo-palestinien via les télévisions panarabes : « À chaque fois que je vois via la parabole, les images de cette guerre injuste, [menée par] ce qu'on appelle "Israël" en protestation de la violence quotidienne faite à ceux qu'on appelle dans leur propre pays les "réfugiés palestiniens", je me demande alors, tous les jours : quand est-ce que sera proclamé un droit à l'autodétermination des peuples [tels les accords d'Evian durant la guerre d'Algérie, ndlr.] sur les deux territoires ? Alors là, je pense que peut-être on pourrait avoir la paix, même si le territoire d'Israël s'en trouverait alors certainement bien réduit, voire inexistant ».

C'est ainsi que l'on comprend pourquoi et comment, la télévision par satellite panarabe qui délivre, selon les enquêtés, plus d'informations sur la situation géopolitique en terre palestinienne, a stimulé la mémoire collective plutôt que leur lot de rancœur, d'amertume et de tristesse. À la vision des images du conflit israélo-palestinien, les plaies, loin de se refermer, semblent rouvrir des blessures mal pansées, de ce que certains enquêtés appellent un « *conflit injuste* », d'une « *guerre sans fin* ».

Conclusion

À l'aune de cette enquête menée auprès de membres de l'*Amicale des Algériens de Nancy et environs*, on s'aperçoit qu'on est loin de la pensée négativiste où pléthores de discours (scientifiques, politiques, médiatiques, etc.) se focalisaient sur le phénomène du satellite pour évoquer parfois un « repli communautaire », voire des formes de « ghettoïsation » (Frachon, Sassoon, dirs, 2008).

Par contre, au-delà de la forme, l'intérêt est peut être tout autant dans les contenus regardés de quelques horizons que ce soit. Les Algériens rencontrés à Nancy durant la période de guerre en Palestine se sont tournés particulièrement vers l'information satellitaire et ont préféré une télévision étrangère, ni française, ni algérienne, pour être informés sur ces événements internationaux. Certes, selon les générations, des variables sont à prendre en compte, non seulement en raison d'une fracture linguistique entre ces Algériens de France déracinés, avec le ressenti d'un passé douloureux, et les français binationaux que sont leurs enfants. Aussi, le recueil des ressentis sur l'information de guerre auprès du public algérien rencontré à Nancy a permis de découvrir, d'apercevoir un autre aspect de la perception d'un public en termes de réception : la projection de souvenirs douloureux de la Guerre d'Algérie, auprès de ceux qui l'ont vécu, auprès de leurs enfants mais aussi les affects blessés d'un peuple qui ne peut oublier « sa » guerre en voyant celle d'autres peuples opprimés.

Bibliographie

BOUBEKER A., 1999. « Les paraboles de l'immigration : technique, identité et lien social », *Ville-Ecole-Intégration*, n° 119, pp. 111-121.

BLION R., FRACHON C., HARGREAVES A. G., HUMBLOT C., ROGONI I., 2006, *La représentativité des immigrés au sein des médias, bilan des connaissances*, FASILD.

DAYAN D., 2000, « Télévision, le presque-public », *Réseaux*, Paris, Hermès Science Publication, 100, pp. 427-456.

D'AUFIN C., DUTOIT C., 1999. *La télévision par satellite*, Paris, Que sais-je, collection encyclopédique, n° 3462.

FASILD, 2004, *Écrans pâles ? Diversité culturelle et culture commune dans l'audiovisuel*, Actes du colloque du 26/10/2004, La Documentation française, Paris.

FRACHON C. SAUSSONV., 2008, *Médias et diversité. De la visibilité aux contenus. Etat des lieux en France, au Royaume-Uni, en Allemagne et aux États-Unis*, Paris, Panos-Karthala.

LAMLOUM O., *Al Jazira, miroir rebelle et ambigu du monde arabe*, Paris, La Découverte, 2004.

MERCIER A., 2008, « Malinformation mais pas forcément désinformation » in Fleury, Walter dir., *Les médias et le conflit israélo-palestinien. Feux et contre-feux de la critique*, CELTD, Université Paul Verlaine Metz, pp. 151-166.

TIC et nouvelles formes de militantisme en Tunisie

Zeineb Touati <touatibz@univ-lehavre.fr>

Département Information Communication – IUT du Havre

UMR IDEES/CIRTAI - Université du Havre

Les TIC ont joué un rôle important dans la mobilisation en Tunisie pendant la révolution de 2011 et dans l'évolution du militantisme. Notre contribution consiste à présenter quelques constats sur les usages militants faits d'internet et de *Facebook* et l'émergence de nouvelles formes de militantisme.

Introduction

Plusieurs recherches ont depuis longtemps établi l'importance du rôle des médias classiques dans la formation de l'opinion publique (Habermas, 1978) et dans la mobilisation et la formation des mouvements de protestation. Depuis quelques années, les Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) jouent un rôle connexe. Ils représentent de nouveaux espaces d'expression permettant la formation d'une identité collective et par conséquent les bases d'une action de mobilisation (Chambat, 2000). En fonction des contextes, les TIC complètent et/ou remplacent les médias classiques. Les récentes révolutions dans certains pays arabes offrent un terrain d'étude propice. Dans le contexte tunisien marqué par un fort verrouillage médiatique et une censure quasi permanente de toute expression dissidente ou opposante, les TIC ont joué un rôle important dans la circulation de l'information et dans la sensibilisation qui a entraîné une forte mobilisation populaire aboutissant à la chute du régime du président Ben Ali le 14 janvier 2011. Plusieurs travaux présentent, depuis l'année dernière, les TIC et notamment les réseaux sociaux comme le moteur de la révolution tunisienne. Certains la réduisent à une révolution numérique ou virtuelle. Des qualificatifs comme « Facebook revolution » utilisé par la CNN et autres médias occidentaux sont repris à souhait en simplifiant la révolution Tunisienne à une e-revolution. D'autres nient le rôle des TIC. En l'absence du recul historique nécessaire et ne disposant pas encore de tous les éléments d'ordre politique et géo-stratégique, nous ne nous étalerons pas ici sur ce débat. Durant tout le processus qui a conduit à la chute du président Ben Ali mais aussi depuis la mise en place d'un premier gouvernement de transition et durant la période de préparation des élections du 23 octobre 2011, les réseaux sociaux ont joué un rôle important dans la mobilisation de la population en laissant apparaître de nouvelles formes de mobilisation, notamment féminines et féministes mais aussi syndicales et pour la première fois une mobilisation ouverte et assumée des militants islamistes. Ils ont aussi été un espace d'expression pour des nouveaux groupements très hétérogènes visibles uniquement sur les réseaux sociaux. Ce sont justement les points que nous étudierons dans cette contribution. Nous nous intéressons à l'évolution de la notion et de la pratique du militantisme en Tunisie à travers et grâce aux TIC et particulièrement *Facebook*. En nous référant à des entretiens semi-directifs¹, aux résultats d'un questionnaire que nous avons réalisé² et à l'appui de données chiffrées³, nous expliquerons le rôle des TIC et des réseaux sociaux dans la mobilisation militante et dans l'évolution du militantisme en Tunisie.

¹ Nous avons réalisé huit entretiens semi-directifs d'une durée moyenne d'une heure et quinze minutes avec un ensemble de militants : deux syndicalistes, deux féministes membres d'une association féministe tunisienne, deux militants islamistes et deux avocats membres de l'Association des Jeunes Avocats à l'avant garde de la mobilisation sur le terrain et sur le net pendant la révolution.

² Notre corpus comprend également un questionnaire comprenant vingt-cinq questions réalisé en décembre 2011 avec quinze internautes tunisiens qui n'appartiennent à aucune formation politique, syndicale ou associative.

³ Nous nous référons ici aux chiffres publiés par l'ISTIS (Institut de Sondage et de Traitement de l'Information Statistique), l'ISIE (Instance Supérieure Indépendante pour les Elections) et de sites comme Chekfacebook.com.

Avant d'analyser le rôle des TIC dans l'apparition de nouvelles formes d'engagement et de militantisme en Tunisie, nous présenterons brièvement la place des TIC dans un pays où tous les médias classiques (radio, TV et presse écrite) étaient contrôlés et censurés. En 2010, 13% de la population tunisienne est équipée en ordinateurs (avec environ 1,5 millions d'ordinateurs personnels utilisés) et en mai 2011 environ 38% de la population est internautes¹. Notons ici que les taux élogieux d'équipement et de connexion avancés ne laissent pas paraître une forte disparité entre grandes et petites villes et entre le Nord du pays d'un côté et le sud et le centre de l'autre. Ces taux élogieux sont le résultat d'une politique voulue par le Régime de Ben Ali qui a toujours mis en avant le fait que la Tunisie ait été le premier pays africain connecté en 1981². Pour résumer cette politique nous citons des éléments phares comme la création de l'Agence Tunisienne d'Internet (ATI) en 1996 et le lancement en octobre 1998 du projet des Publinets³ pour généraliser l'accès à Internet dans toutes les régions, la baisse du prix des connexions dans les Publinets pour les étudiants, la baisse du prix des abonnements et l'organisation en novembre 2005 de la seconde phase du Sommet mondial sur la société de l'information (SMSI). Avec des objectifs avant tout économiques, cette politique a profité aux structures de l'enseignement et de la recherche puisque le taux de connexion a atteint selon les statistiques de 2011, 100% pour les universités, les laboratoires de recherche et les lycées secondaires et 70% pour les écoles primaires⁴. L'intérêt des Tunisiens pour Internet est récent et rapide. Le pays est passé de 1 % de la population internautes en 2000 à près de 38% en 2011. La mainmise de l'Etat sur les médias nationaux classiques, la suspension de certains sites internet, le contrôle des informations diffusées par les médias étrangers feraient partie des explications que nous pourrions avancer de l'explosion du nombre de comptes *Facebook* après la révolte du Sud-ouest⁵ tunisien en 2008, hypothèse également soutenue par Ferjani et Mekki (2011). Seuls traces médiatiques : les vidéos filmées sur téléphone portable par F. Boukaddous⁶ diffusées par « *Al Hiwar Attounsi* »⁷ et posté sur *YouTube* et *Dailymotion* par le journaliste et blogueur A. Rezgui. A cette période, on constate l'interdiction d'accès à tous les sites de partage, l'inaccessibilité de *Facebook* pendant 10 jours⁸. Si Ben Ali avait conscience de la puissance du Web 1.0, il nous semble qu'il a plutôt négligé à tort l'influence du Web2.0. En effet, l'ATI et la cyber police tunisienne a mis en place plusieurs outils de censure : intimidation des gérants de Publinets obligés de cliquer leurs clients (en plus de l'interdiction d'accès à certains sites et de l'impossibilité de téléchargement à partir du poste de consultation), utilisation de moyens techniques qui bloquent les noms de domaines et les URL et qui filtrent les DSN et les adresses IP afin d'empêcher l'accès à certaines adresses ou encore le repérage de mots-clés précis qui bloquent l'accès dès qu'un mot de la liste apparaît. Ces méthodes étaient valables pour le web 1.0, elles ont partiellement servi avec le web2.0 (inaccessibilité de *Dailymotion*, *Youtube*, *Wap.tv*, *flicker*). Mais elles ne pouvaient suffire face à la complexité des réseaux sociaux contributifs et au zèle des internautes plus rompus aux méthodes de contournement (des proxys tels que VPN ou TOR pour accéder aux pages interdites, utilisation de signes pour contourner le repérage des mots-clés : dic.tature, cen-sure). En effet, après les événements de Redeyef, censurer les sites n'était pas suffisant pour contrôler cette « force de la désobéissance » (Chouikha et Gobe, 2011) et la mobilisation inévitable qui en a découlé. En effet, suite à ces événements, nous notons une explosion du nombre de comptes *Facebook* actifs qui passe de moins de 100000 en septembre 2008 à plus de 800000 en octobre 2009 pour atteindre les 2 millions début janvier 2011, avec

¹ Source : l'Agence Tunisienne d'Internet (ATI) : <http://www.ati.tn/> (régulièrement consulté). Dernière consultation en date le 13 janvier 2012.

² Première connexion en 1981 avec des applications dans le domaine de la recherche.

³ Une sorte de cybercafés.

⁴ Source : Agence Tunisienne d'Internet, http://www.ati.tn (Dernière consultation le 14/02/2012).

⁵ Il s'agit d'une révolte populaire dans la zone du Bassin minier. La population locale réclamait plus de justice sociale et l'accès à l'emploi pour les jeunes de la région.

⁶ Ces reportages ont valu à Fahem Boukaddous une peine de prison de six ans, réduite à quatre ans en appel.

⁷ *Al Hiwar Attounsi* (Le dialogue Tunisien) : Chaîne de télévision considérée comme dissidente qui émet sur le canal de la chaîne italienne « *Arcoiris* » permettant son accès aux Tunisiens. A l'époque des émeutes elle émettait 2h/jour.

⁸ Après 10 jours de censure en août 2008, Facebook redevenait accessible en Tunisie sur ordre du Président Ben Ali.

environ 77% des profils composés par des internautes entre 16-34 ans. Le nombre d'utilisateurs est stable depuis quelques mois avec 2.181.320 utilisateurs actifs en janvier 2012¹. Par ailleurs le manque de confiance dans les médias nationaux classiques amène les tunisiens à se tourner vers Internet pour s'informer sur la vie politique. Environ 58% des jeunes entre 18 et 29 ans utilisent souvent Internet pour s'informer. Les tunisiens nomment à hauteur de 36,9% Internet (*Facebook* et *Twitter*) et à hauteur de 25,9% les journaux électroniques et sites d'actualités comme supports médiatiques les plus souvent utilisés².

Les Tunisiens sont également férus des téléphones mobiles avec un nombre d'abonnements et de cartes de 11,3 millions en mars 2011. Ainsi sur le plan national le taux dépasse les 90% et les 100% dans certaines grandes villes. L'usage de la téléphonie mobile est en train de s'élargir à la 3G encore exclusive chez un seul opérateur (Orange) sur les 3 existants³ et qui se développe progressivement depuis environ une année grâce notamment à la baisse des tarifs des abonnements et à une meilleure couverture réseau.

Cette profusion de TIC et le développement et la généralisation de leur utilisation a certainement un effet sur la vie politique et sur la scène médiatique en Tunisie. L'accessibilité des TIC, leur faible coût et la difficulté de les censurer en ont fait une alternative pour les militants tunisiens leur permettant d'accéder à un nouvel espace d'expression que certaines fractions de l'opposition a investi à force d'être totalement exclues des médias classiques et du débat sur la scène politique parce qu'officiellement interdite comme les partis à tendance islamiste, mais aussi comme certaines féministes et syndicalistes considérés comme des dissidents. Cette profusion des TIC nous amène également à étudier de nouvelles formes de militantisme qui prennent place sur Internet. Nous nous limiterons ici à l'étude des usages et des apports de *Facebook* principal réseau social utilisé en Tunisie.

Facebook : un média alternatif et un espace d'expression

Nous constatons l'émergence de deux principales catégories d'usages faits d'Internet et plus précisément de *Facebook*. Les besoins et surtout le degré de professionnalisme des militants déterminent en grande partie ces usages.

Un média alternatif pour les militants professionnels

Pour les syndicalistes dissidents mais aussi pour les islamistes longuement traqués par le régime Ben Ali, Internet et notamment *Facebook* représentent l'un des moyens les plus efficaces selon les militants questionnés pour contourner la censure permanente, les écoutes téléphoniques et la surveillance physique.

De par l'interdiction de leur parti *Ennahdha* en Tunisie, les islamistes n'avaient accès à aucun média classique. Les syndicalistes pro-régime et notamment la direction de l'UGTT⁴ avaient libre

¹ Les chiffres et taux présentés sont le fruit d'une veille régulière sur Check Facebook, <http://www.checkfacebook.com>. La dernière consultation le 8 janvier 2012 donne 2.181.320 utilisateurs dont 58,5% d'hommes et 41,5% de femmes. Les principales tranches d'âge des utilisateurs se répartissent comme suit : les 16-17 ans 9,7%, les 18-24 ans 38,7%, les 25-34 ans 29,1% et les 35-44ans 8,7%.

² Source : ISTIS, Sondage d'opinion sur la situation politique et l'impact de la révolution sur les médias-presse, Tunis, avril, 2011. Disponible sur : <http://www.istis-tunisie.com/medias/rapport-situation-politique-media-presse.pdf>.

³ Il existe trois opérateurs qui sont dans l'ordre de création : *Tunisie Telecom* (créée en 1995), *Tunisiana* (1^{er} opérateur privé créé en mai 2002 et entré en service en décembre 2002) et *Orange Tunisie* (créé en mai 2010).

⁴ Union Générale des Travailleurs Tunisiens, Syndicat historique qui regroupe la majorité des travailleurs syndiqués en Tunisie. D'une force d'opposition et d'un contre pouvoir important, l'UGTT s'est progressivement transformée sous le régime Ben Ali en une instance d'acclamation et d'application de toutes les actions gouvernementales. Une poignée de syndicalistes y compris d'anciens dirigeants se sont réunis pour lutter contre la dissolution de la composante syndicale. Les deux syndicalistes questionnés Mohamed Touati (ancien secrétaire général du syndicat de l'enseignement supérieur et

accès aux médias classiques, notamment à la presse écrite en plus de l'existence de leur quotidien « *Echaab* » (Le peuple). Ce n'est pas le cas des dissidents qui ont pendant plusieurs années militaient en distribuant des tracts dans les réunions syndicales, dans les cafés de la capitale fréquentés par les syndicalistes, journalistes et intellectuels comme par les policiers en civil¹ comme « Le café de Paris », tout en faisant appel au bouche à oreille et au téléphone. Le recours à ces moyens étaient dicté par les habitudes militantes mais aussi par un effet de génération des militants de plus de cinquante ans qui ont tous dû se recycler pour saisir les opportunités qu'offre Internet. Voyant les limites de leurs techniques classiques (tracts confisqués, limite du nombre de tracts distribués, écoute téléphonique, refus de publication de leurs textes par la presse), ils se sont retournés vers un média alternatif : Internet. Les militantes féministes questionnées disent avoir élargit leurs moyens d'action à Internet essentiellement pour dépasser la censure qui leur est imposée (censure médiatique, surveillance policière, harcèlement permanent) et pour mieux faire connaître leur combat à l'étranger. Il s'agit ici, entre autres, d'un moyen de contournement de l'interdiction de quitter le territoire qu'ont subi certaines féministes.

Les deux syndicalistes dissidents questionnés ont commencé par envoyer leurs textes, pétitions, etc. à des sites internet généralistes ou d'information politique sur la Tunisie et/ou sur le monde arabe afin de disposer d'une audience plus large². Le choix des sites était fait en fonction de la tendance et de la ligne éditoriale mais ils avouent avoir dû collaborer avec un site d'information généraliste dirigé par des islamistes³ qui a toujours accepté de publier leurs textes ou communiqués. Le recours à ce site était imposé par l'absence d'autres alternatives. Des attaques répétées contre certains de ces sites et leur inaccessibilité répétée en Tunisie a amené les deux syndicalistes à envisager l'usage de *Facebook* comme vitrine de leur militantisme. Ils y publient essentiellement des textes et échangent des informations avec d'autres militants et sympathisants. Certains documents sont accessibles à tous, d'autres pas en fonction du contenu et de l'objectif. Ils considèrent que *Facebook* est une vitrine spécifique par rapport au reste de la toile car il permet, par le réseau des amis des amis, d'atteindre un public nouveau qui peut découvrir l'existence de l'UGTT et des dissidents ainsi qu'un public plus averti mais à l'origine non intéressé.

Les deux féministes questionnées recourent quasi exclusivement à *Facebook* comme moyen de communication électronique. Elles le considèrent comme polyvalent et plus ouvert à l'interaction que les autres TIC. Elles considèrent à des degrés différents que *Facebook* leur a permis de toucher plus de personnes et de pouvoir convaincre notamment grâce au pouvoir de l'image plusieurs personnes devenues sympathisantes de l'association et qui ne le seraient probablement jamais devenues sans Facebook parce que géographiquement éloignées des différentes antennes de l'association et surtout manquant de culture politique et associative et donc méconnaissant tout simplement l'existence de cette association. Les internautes ne recherchent pas l'information spontanément et ne disposent pas des compétences et les connaissances nécessaires pour le faire. La féministe questionnée affirme « *Grâce à Facebook, nous offrons d'une nouvelle manière les informations et par le biais des liens disponibles, d'un simple click les amis et les amis des amis disposent d'informations, de témoignages et d'explications et certains seront par conséquent sensibilisés et reviendront vers nous* ». Elles considèrent également que *Facebook* leur permet d'échanger entre militantes des informations « chaudes », de communiquer sans forcément avoir à utiliser leurs boîtes mail « *fréquemment visitées par des tiers* » ou téléphone portable souvent sur écoute. Même si elles savent que certaines des informations publiées sur leurs murs sont interceptées par la police du net, elles estiment que *Facebook* est plus efficace que les autres TIC

ancien membre du bureau exécutif de l'UGTT) et Mohamed AbdelAdhim (ancien secrétaire général du syndicat de l'enseignement supérieur) font partie de ces dissidents qui luttaient contre la mainmise du régime Ben Ali sur la centrale syndicale et contre la politique des secrétaires généraux I. Sahbani et A. Jrad.

¹ Des policiers en civil connus par les syndicalistes, militants des droits de l'homme et qui récupéraient ouvertement une copie des tracts à transmettre à leur hiérarchie tout en rappelant quasi systématiquement aux émetteurs qu'ils n'avaient pas le droit d'agir ainsi.

² Comme tunisnews.net ou nawaat.org.

³ La newsletter tunisnews est ouverte à des contributions de tous bords sans restriction d'appartenance politique. Elle publie quotidiennement des articles et commentaires en arabe et en français en relation principalement avec l'actualité tunisienne mais aussi arabe. Elle reprend fréquemment des articles publiés dans des journaux reconnus comme *Al Qods* ou *Al Hayat*. Disponible sur : www.tunisnews.net

déjà utilisés. Les deux militants islamistes reprennent les mêmes usages de *Facebook*. Ils notent toutefois une spécificité qu'offrirait le réseau social. Intégrer leurs textes, témoignages, informations parmi d'autres éléments personnels, « *des blagues ou des vidéos rigolotes* » sur leurs murs change leur image. « *Les gens peuvent se faire une nouvelle image de nous, nous ne sommes pas des fanatiques mais des jeunes qui rigolent bien, qui surfent sur le net à l'affût des dernières vidéos rigolotes et notre message ne peut qu'être mieux perçu par la suite* ».

Un espace d'expression pour les militants amateurs

En plus de la présence des militants classiques et des instances et organisations politiques, syndicales et associatives, Internet et *Facebook* particulièrement se transforment en espace de prédilection pour les militants amateurs. En effet, nous remarquons depuis quelques temps la transformation progressive de *Facebook* en un espace d'expression alternatif pour les amateurs de politiques et les militants amateurs. Nous pouvons ici distinguer deux catégories, les amateurs qui cherchent un simple espace d'expression de leur idées et de témoigner sans envisager d'influencer. « *L'objectif de nombreux consistent à utiliser Internet comme un espace autonome de jugement personnel où l'on cherche à témoigner, argumenter, discuter, non plus en face à face avec les proches, mais plutôt avec des inconnus et des profanes : les « amis du Net »* ». (Flichy, 2010, p44.) On retrouve ici plusieurs récits pendant les derniers jours de la révolution dans lesquels les auteurs expriment leur tristesse, leur compassion avec les familles des victimes, ou dénoncent les violences mais sans jamais prendre une position politique ou présenter des revendications. Facebook devient une sorte d'exutoire un lieu où on dévoile l'intime, « un espace extime » (Flichy, 2010). Nous retrouvons les mêmes usages sur certains murs pendant la période électorale avec plusieurs commentaires sur la fierté d'avoir voté, l'émotion ressentie face aux foules de votants, etc. Sur ces murs, aucun appel à la mobilisation, à voter ou à boycotter.

Une deuxième catégorie regroupe ceux qui se sentent exclus des médias classiques parce qu'ils ne correspondent pas aux critères de sélection du personnel politique habituellement invité sur les plateaux de télévision ou interviewé dans la presse. On retrouve dans cette catégorie des jeunes militants qui débute dans la vie politique ou associative et des militants amateurs ou des apprentis militants qui découvrent l'engagement militant sur Internet. Manquant de connaissances politiques et idéologiques ainsi que de compétences cathodiques et n'ayant aucune légitimité populaire, ils ne sont pas conviés dans les médias alors qu'ils estiment avoir un point de vue à expliquer, des idées à défendre et parfois même des propositions d'ordre politique ou économique à présenter aux dirigeants politiques. Ils développent par conséquent un sentiment d'injustice et se retournent vers internet pour s'exprimer. Ils estiment être à l'origine de la révolution et rester exclus des médias.

Les nouvelles formes de militantisme

Les militants classiques comme les militants amateurs utilisent beaucoup Internet et *notamment Facebook pour les faibles coûts qu'ils représentent, l'importance du public qu'ils peuvent toucher, la disponibilité des informations, la rapidité de transmission. Ils l'utilisent également pour contourner la censure imposée aux médias classiques ainsi que la censure qu'ils subissent directement (confiscation de documents, interdiction de voyager, etc.). Ils développent des usages classiques : transmission d'information, commentaire de l'actualité ou encore la participation à des forums de discussions politiques (Jouglu, 2010). Nos enquêtes utilisent également Facebook pour mobiliser, sensibiliser, appeler à voter ou à boycotter un candidat et/ou un parti et dénoncer. Nous distinguons dans cette partie deux nouvelles formes du militantisme qui se manifestent.*

Un militantisme volatile et volage

En prenant place dans l'action politique et militante, Internet change la donne. Il contribue à « la fin des militants » (ION, 1997) à savoir la disparition progressive de l'action militante régulière et structurée par de grandes organisations partisans pérennes et reconnues. Les quinze militants

amateurs que nous avons suivis et questionnés n'ont jamais appartenu à une organisation partisane. Ils ne connaissent que quelques partis politiques, méconnaissent les structures syndicales et associatives et manquent cruellement de culture politique¹. Leur engagement sur le net vient d'une prise de conscience pendant et/ou après la révolution de la nécessité d'intervenir dans le débat politique sans avoir l'obligation d'adhérer à une organisation et « *sans être obligé de porter l'étiquette d'un parti* » comme le souligne l'un d'entre eux. Par le biais des TIC et notamment d'Internet nous passons d'un « engagement affilié » à un « engagement affranchi » (Ion, 2001). Cet engagement affranchi se distingue, entre autres, par l'émiettement du « nous » collectif de l'organisation remplacé par un « nous » réduit à l'expression de groupes d'individus comme souligné par Ion (1997). Ce militantisme électronique est mobile, « post'it » (Ion, 1997), on se démarque de la cause facilement et sans conséquences. Nous le considérons comme un militantisme volatile et volage. Volatile parce qu'on ne s'attarde pas longtemps dans un combat ou une cause. On milite en fonction des besoins du moment, de l'actualité. C'est le cas de plusieurs de nos enquêtés. Leur engagement n'a parfois duré que trois ou quatre semaines suivant l'actualité nationale ou ce qui circule sur la toile (on s'oppose à des islamistes qui bloquent l'entrée d'une université et on réagit en publiant des informations jusqu'à la levée du blocus ou on soutient les ouvriers d'une usine jusqu'à à la fin du conflit et on passe à une autre cause).

Ce militantisme est volage parce qu'on passe d'une cause à l'autre en réponse à une sollicitation sans scrupules ni hésitations. Le militant amateur n'a pas le sentiment de trahir car il n'a pas de sentiment d'appartenance à un groupe et qu'il n'a pas adhéré à des règles de fonctionnement. Comparé aux autres outils disponibles sur Internet, *Facebook* favorise ces deux tendances. Dix des amateurs questionnés affirment passer d'une cause à l'autre facilement quand ils ont le sentiment du devoir réalisé et lorsqu'ils sont tentés par de nouvelles causes ou thèmes qu'ils découvrent sur les murs de leurs amis. Sans appartenance, ni obligation idéologique ils peuvent changer de thème et de terrain d'action sans se poser de questions chose qui sera difficile à décider et souvent mal vécue par des militants classiques qui ont développés des liens et des attaches avec les membres de l'organisation et qui fonctionnent plus par adhésion idéologique et philosophique que de façon instinctive. En effet, *Facebook* représente une spécificité par rapport aux blogs ou sites internet à savoir la disponibilité des informations et des témoignages par le biais des liens hypertextes. Comme soulevé dans la partie précédente, certains militants optent pour l'utilisation de *Facebook* parce qu'ils peuvent attirer un large public grâce à la disponibilité des informations. Par un simple clic sur un lien présent sur un mur, on peut découvrir des vidéos et des témoignages sur des sujets qu'on méconnaissait ou sur lesquels les militants amateurs n'auraient pas fait de recherche par manque de connaissance sur le sujet, par manque de compétences idéologiques ou simplement par manque de proximité partisane. Cet argument présenté par les militants classiques se retrouve dans les éléments avancés par les amateurs pour expliquer leur passage d'une cause à l'autre et qu'ils qualifient de nouvelles tentations qui s'offrent à eux.

Des regroupements hétérogènes

La deuxième caractéristique qui ressort de ce militantisme électronique et plus précisément sur *Facebook* c'est l'apparition de regroupements très hétérogènes inexistants dans le militantisme classique mais aussi dans les autres formes de militantisme électronique. En effet, nous observons depuis le début de la révolution la formation de groupes de militants qui réunissent des tendances et des positionnements idéologiquement contradictoires. Olfa, jeune médecin de 29 ans, qui n'avait aucun intérêt pour la politique et aucune appartenance ou affinité idéologique s'est trouvée dès les premiers jours de la révolution très active sur *Facebook* notamment à travers des appels à la mobilisation, en postant et en relayant des vidéos dénonçant la répression policière et qui est

¹ Avant la révolution, le désintérêt des Tunisiens de la politique avoisinait les 76% et il était de 45,2% en septembre 2011. En septembre 2011, 19% des Tunisiens ne connaissent aucun parti (contre 36,5% en avril 2011). 22% connaissent un seul parti et seulement 23% connaissent plus de quatre partis. Sources : ISTIS, Sondage d'opinion sur la situation politique et l'impact de la révolution sur les médias-presse, Tunis, avril, 2011. Disponible sur : <http://www.istis-tunisie.com/medias/rapport-situation-politique-media-presse.pdf>. et ISTIS, Sondage d'opinion sur la situation politique en Tunisie, Tunis, septembre 2011. Disponible sur : <http://www.istis-tunisie.com/medias/Rapport-Sondage-situation-politique.pdf>.

restée très active depuis, particulièrement pendant la période électorale. Elle représente un exemple parlant de ce que nous appelons des regroupements hétérogènes. En effet, nous retrouvons Olfa dans des groupements qui appelaient à la mobilisation contre le régime de Ben Ali, principalement présents sur *Facebook* avec des islamistes, des personnes de droite, des jeunes qui se revendiquent de la gauche, des sans-appartenances, etc. Un objectif commun réunissait tous ces amateurs malgré leurs différences de points de vue. La même internaute qui se dit aujourd'hui militante s'est retrouvée quelques mois après la révolution dans un groupe composé de plusieurs tendances pour réclamer la fin des grèves pour sauver l'économie nationale. Pendant la campagne électorale nous la retrouvons dans un regroupement d'indépendants mais aussi des militants et des sympathisants de la gauche et de la droite rassemblés pour appeler à boycotter le parti islamiste *Ennahdha*. Dans les trois ensembles dans lesquels elle s'est retrouvée, Olfa affirme ne pas avoir procédé par affinité politique ou idéologique mais plutôt en raison de la nécessité de se rassembler pour faire bloc contre un ennemi ou un danger : le régime Ben Ali, l'instabilité économique ou encore les islamistes. Elle affirme ne pas se poser la question de l'appartenance des partenaires de cause et ne pas s'être souciée de la cohésion de ces appartenances qui semblent parfois contradictoires.

Najoua, avocate dans une ville du centre, est un autre exemple. Son mûr est essentiellement consacré à la défense des droits des femmes. Pendant la période électorale elle a appelé avec ses amis à voter pour deux partis afin de limiter le succès supposé des islamistes. Toutefois, Najoua a été quelques mois auparavant, à la tête d'un groupe de défense des droits de l'Homme qui réunissait les tendances ennemies à savoir des islamistes, des militants amateurs de gauche ainsi que quelques militants de droite. C'est dire l'hétérogénéité de ces groupes et leur caractère improbable dans une situation de militantisme classique.

Conclusion

Internet et notamment *Facebook* ont joué un rôle important dans l'évolution du militantisme en Tunisie en donnant un espace d'expression à ceux qui en étaient privés, en permettant à d'autres de se sentir citoyens et de se mobiliser sans forcément avoir une appartenance partisane. Ils nous permettent également de voir apparaître de nouvelles modalités de militantisme et de nouvelles formes de regroupements parfois imprévus ou contre la logique idéologique et partisane. *Facebook* s'est imposé pendant les derniers mois en Tunisie comme un média important et incontournable de la vie politique. En témoigne le nombre croissant de pages *Facebook* des composantes de la vie politique et associative en Tunisie. Les élections du 23 octobre 2011 se sont significativement jouées sur les pages *Facebook* et sur Internet. Les photographies des profils ont été remplacées par les logos des partis, certains posts annonçaient ouvertement les intentions de votes. Ayant saisi le tournant important que prenait le militantisme grâce aux réseaux sociaux, les partis politiques disposant déjà de sites officiels, ont créé des pages *Facebook* en adoptant parfois des déclinaisons par région et par ville et des comptes *Twitter*.

Bibliographie

- CHAMBAT P., 2000, « La démocratie assistée par ordinateur », *Cahiers politiques*, n°4, pp 47-75.
- CHOUIKHA L., GOBE E., 2011, « La force de la désobéissance : retour sur la chute du régime de Ben Ali », *Tiers monde*, numéro spécial, mai 2011, pp 219-226.
- FERJANI R., MEKKI Th., 2011, « Révolution et contre révolution en Tunisie : le virtuel miroir du réel », *Médias*, n°30, Médiamorphoses, Monde arabe : les révolutions 2.0 n'ont pas eu lieu.
- FLICHY P., 2010, *Le sacre de l'amateur. Sociologie des passions ordinaires à l'ère numérique*, Paris, Seuil, 96p.

HABERMAS J., 1978, *L'espace public*, Paris, Payot, 328p.

ION J., 2001, *L'engagement au pluriel*, Saint Etienne, Publications de l'Université de Saint Etienne, 228p.

ION J., 1997, *La fin des militants ?*, Paris, Editions de l'Atelier, 124p.

JOUGLA P., 2010, « Les usages politiques d'Internet », in *TNS Sofres, l'état de l'opinion 2010*, Paris, Seuil, 262p.

De la radio rurale au centre multimédia communautaire : Cas de Niéna au Mali

Cheick Oumar TRAORÉ <cheick.oumar.traore@umontreal.ca>

Laboratoire Trans-Com- Département de communication Université de Montréal

Nous tentons de montrer dans cet article comment les usagers s'approprient des médias classiques et évoluent en utilisant les technologies de l'information et de la communication (TIC) pour étendre leur champ de communication à d'autres horizons. Nous avons effectué un voyage d'études sur le terrain à Niéna pour faire du shadowing (filature) en suivant les usagers et les gestionnaires du télécentre. La radio rurale a évolué vers le numérique en changeant de forme et en devenant un centre multimédia communautaire intégrant les services d'un télécentre. Ce changement a eu plusieurs impacts sur la vie quotidienne de la population locale. Notre étude a pour objectif de mieux cerner l'appropriation des TIC par les communautés rurales de Niéna et les villages proches du centre multimédia communautaire.

Contexte

Niéna est une commune rurale dans la 3^{ème} région du Mali dépourvue des réseaux de télécommunications et d'électricité. Les habitants ont installé une radio rurale qui marche grâce à une plate-forme multifonctionnelle (groupe électrogène) qui permet de faire d'autres tâches comme les charges batteries et le moulin etc. La radio a une puissance d'émission très faible dans la localité et n'atteint pas les villages voisins et les habitants au-delà de 20 à 30 km. Malgré les multiples efforts de la population locale les potentialités d'ouverture n'ont pas eu les résultats escomptés.

Radio rurale au centre multimédia communautaire

En 2006, l'ajout d'un télécentre aux locaux de la radio Tériya de Niéna a permis de mettre en place un centre multimédia communautaire (CMC). Ce projet a été initié par l'UNESCO avec l'appui financier du Bureau de la coopération suisse au développement. Suite aux deux sommets mondiaux sur la société de l'information à Genève en décembre 2003 et à Tunis en novembre 2005, l'Unesco et la Direction du développement et de la coopération suisse ont décidé d'installer des CMC dans trois pays d'Afrique (le Mali, le Mozambique et le Sénégal).

Selon l'Unesco (2002) : « un centre multimédia communautaire (CMC) associe une forme de radio locale aux dispositifs d'un télécentre, sous une forme ou une autre de propriété communautaire, et avec l'objectif de servir comme plate-forme de communication et d'information pour les besoins de développement de la communauté ». Les habitants de la commune rurale de Niéna ont assisté à l'évolution de ce média classique aux nouvelles technologies de l'information et de la communication. Cette appropriation s'est déroulée en plusieurs phases et a eu des impacts sur le mode de vie des bénéficiaires, sur leur façon de communiquer etc.

Dans cet article, nous tentons de montrer comment les usagers s'approprient des médias classiques et évoluent en utilisant les TIC pour étendre leur champ de communication à d'autres horizons. Cette évolution constitue une ouverture, un désenclavement pour les populations rurales.

Problématique et hypothèse

La question de la contribution des TIC au développement socio-économique s'est focalisée seulement sur leur usage et leur appropriation par les populations, oubliant les intermédiaires (agents du changement) qui facilitent ce travail. Or, en Afrique, le faible niveau des compétences locales ne facilite pas un accès aux connaissances liées aux technologies de communication. De notre point de vue, l'appropriation passe par les ressources humaines. Selon Dhamorathan (2010), les agents du changement servent d'intermédiaires entre les usagers et la machine.

Malheureusement, on constate sur le terrain que les agents du changement sont mal formés et ne parviennent pas à former les usagers de façon convenable en tenant compte de leurs besoins.

Durant la décennie 2000-2010, plusieurs projets technologiques ont vu le jour au Mali et en Afrique en général dans le but de faciliter l'appropriation des TIC par les communautés rurales.

Selon Chéneau-Loquay (2000) : « l'Afrique est le continent le moins bien connecté, mais les projets de développement se sont multipliés et la situation a considérablement évolué en quelques années ». Par exemple, les initiatives du gouvernement malien ont été nombreuses durant les dix dernières années, mais les contraintes ont été tout aussi nombreuses. Parmi les leaders africains qui ont été les chantres des nouvelles technologies, l'ex-président du Mali, Alpha Oumar Konaré, s'est fait remarquer par l'organisation d'un colloque de la société civile sur Internet " Bamako 2000 " avec l'appui de la Suisse. Son rêve d'équiper les 703 communes pour les connecter à internet a eu peu de résultats concrets. Notre hypothèse pour un modèle d'appropriation part de l'action des agents du changement et des usagers sur les sites d'implantation des télécentres communautaires. Cette réflexion nous amène à utiliser le shadowing comme méthodologie de recherche et des entrevues semi-dirigées. L'arrivée de nouveaux outils technologiques contribue à la valorisation du territoire car les habitants ne sont plus obligés de se déplacer pour imprimer ou faire la copie d'un document à 30 km de Niéna.

Données et méthodes

Les données utilisées ici proviennent de notre étude de cas sur le terrain en début janvier 2012 dans le cadre de notre collecte des données pour la recherche doctorale. Nous utilisons le shadowing sur le terrain comme méthodologie pour mener cette étude. Le shadowing permet de suivre une personne pas à pas comme son ombre pour filmer ses activités (in the shadow of someone c'est-à-dire à l'ombre de quelqu'un). Selon Mc Donald (2005:3): « Shadowing is a research technique which involves a researcher closely following a member of an organisation over an extended period of time. When the person being shadowed goes to another department, the researcher follows them. When they have a project meeting or meet with a customer, the researcher sits in. If they have coffee with friends who are colleagues from another site, the researcher goes too ». Nous avons fait un séjour sur le terrain pour voir comment les usagers changent d'un outil classique à un outil moderne. Ce travail nous a permis de faire des entrevues, des discussions de groupe afin d'avoir certaines informations hors des séances de filature (shadowing).

Selon Meunier et al., 2008: « In general, shadowing is defined as a research technique, which implies following a person as his or her shadow, walking in his or her footsteps while taking many field notes ».¹

C'est dans l'analyse des interactions que nous allons déterminer comment les usagers s'approprient des outils. Nous avons choisi les usagers et les agents du changement (gestionnaires des télécentres) comme cibles de notre étude. Certes, l'implantation du télécentre a changé les comportements des usagers et l'idée de notre étude est d'avoir des informations détaillées sur les différentes phases de cette évolution technologique.

Nous avons passé le premier jour au CMC de Niéna en faisant des observations sans document pour prendre des notes mais juste pour suivre les activités qui se passaient (les séances de formation, les travaux des usagers bref sur le travail quotidien de l'agent du changement pour cerner les activités qui ont un lien avec l'évolution de la radio rurale au CMC. Les usagers défilent du matin au soir pour plusieurs raisons : connexion internet, formation en logiciels de bureautique, saisie des données (curriculum vitae – lettre de motivation etc.), photocopie des documents,

¹ MEUNIER D., et VASQUEZ C., 2008, *On Shadowing the Hybrid Character of Actions: A Communicational Approach*, Communication Methods and Measures, 2 :3, p. 167

communiqués à la radio et réparation de téléphone portable etc. La formation joue un rôle capital dans le fonctionnement du télécentre c'est-à-dire dans la durabilité du télécentre car les ressources tirées de la formation permettent de payer certains services (carburant pour le groupe électrogène, salaires des agents du changement etc.). Une formation de deux heures par jour est donnée dans le télécentre sur les logiciels de bureautique du lundi au vendredi. Cette formation est suivie par une dizaine de personnes dans la journée.

Les agents du changement évoluent au fur et au à mesure dans l'exercice de leur fonction. La technologie évolue et les agents se perfectionnent de façon permanente en fonction de l'évolution des technologies en apprenant souvent par eux-mêmes certains logiciels. Le télécentre est fréquenté par les jeunes car ils ont des projets personnels, ce qui les pousse à être fréquents mais ils sont confrontés aux obligations sociales de leur environnement. Leur motivation pour apprendre tel ou tel logiciel détermine leur façon de s'approprier des outils technologiques.

Certains apprennent les logiciels de bureautique car ils se disent qu'en maîtrisant les outils, ils obtiennent facilement un emploi. Les personnes âgées viennent de temps en temps pour scanner ou faire la copie d'un document. Le taux d'alphabétisation ne facilite pas l'appropriation des technologies par la population locale. Ce facteur est un impact négatif sur la fréquentation du télécentre. Plusieurs personnes ne connaissent pas l'existence du télécentre.

Les conditions particulières (techniques, politiques, économiques et sociales) influent sur l'appropriation des TIC et sur les potentialités d'ouverture des technologies. Le taux de scolarisation constitue un obstacle à la potentialité d'ouverture des TIC. Pour que les technologies servent, ceux qui sont chargés de les utiliser doivent être bien formés. De nos jours, l'école se dégrade de jour en jour et les enseignants sont démotivés. Selon Dieng (2007 : 251) : « l'école qui était jadis garant de l'ascension sociale semble aujourd'hui inadaptée aux réalités économiques des familles mais également aux aspirations des jeunes. Face au chômage important des diplômés, à la démotivation des enseignants et à la rareté des ressources, les jeunes sont plongés dans une situation d'ambivalence qui rythme leurs trajectoires diverses ». Les jeunes abandonnent les études à la recherche d'emploi pour soutenir leur famille. Certains se rendent compte de cet effet négatif dans l'avenir et retournent dans le télécentre pour apprendre l'informatique et s'orienter autrement. Les enseignants des écoles (primaire et fondamentale) de Niéna se forment au télécentre dans l'espoir de quitter leur domaine et s'insérer dans l'administration publique en aspirant à de nouvelles fonctions mieux rémunérées. L'appropriation des outils technologiques constitue un recours à la faiblesse ou au manque de formation selon les habitants.

Les conditions particulières mentionnées ci-dessus sont tirées des séances d'entrevues réalisées avec les usagers pour mieux cerner l'évolution du centre multimédia communautaire dans un environnement difficile. Nous avons fait une entrevue avec le gestionnaire du télécentre pour mieux cerner l'appropriation des technologies dans la commune rurale de Niéna. Nous avons fait une immersion dans la vie locale des habitants de Niéna c'est-à-dire dans leur quotidien pour mieux cerner leur mode de vie. Cette immersion nous a permis de connaître les difficultés auxquelles ils sont confrontés et les obstacles ou facilités à l'appropriation des TIC par les uns et les autres.

Analyse des interactions et appropriation

L'analyse des interactions et des entrevues de groupe permet de prendre en compte l'importance de la langue locale dans l'appropriation des TIC par les populations locales. Les usagers s'expriment mieux dans leur langue mais ils sont obligés de s'adapter au français ou à l'anglais car les sites web sont rédigés dans ces deux langues. La communication se fait généralement en Bambara lors des séances de formation car c'est la langue maternelle et la langue de référence de la communauté locale. L'appropriation s'avère souvent difficile car les agents du changement mieux formés vont travailler dans d'autres structures. Le centre multimédia communautaire est toujours en quête de nouveaux gestionnaires. Ce facteur ne touche pas seulement les télécentres mais à toutes les couches de la société en Afrique (Houziaux, 2005). Avant l'arrivée du télécentre, la radio était la seule référence technologique des populations locales. On constate que 95% des

habitants de Niéna n'avaient jamais touché à un ordinateur ou à une imprimante mais l'arrivée du télécentre a permis aux habitants de connaître les outils.

Les jeunes ont également fait du télécentre leur lieu de rencontre et vont de façon permanente sur les réseaux sociaux. Il y a plusieurs formes d'appropriation dépendant des catégories d'âge et de leur besoin ou aspiration professionnelle. Après les séances de shadowing et des entrevues, on se rend compte que les usagers qui n'avaient jamais vu un ordinateur parviennent à faire la différence entre les logiciels (software) et le matériel (hardware). L'exemple des animateurs radio est frappant car ils parviennent à faire des montages audio-visuels, graver des CD, DVD et font de la radio-surf (transmettre les informations d'un site web en direct sur la radio). On constate que la radio-surf qui est la transmission en direct d'une émission d'un thème (santé, éducation ou agriculture etc.) de l'internet vers la radio illustre parfaitement l'appropriation d'un média classique aux nouvelles technologies de l'information et de la communication. L'animateur choisit un thème et se connecte sur internet pour tirer les informations au fur et à mesure. Il garde un téléphone pour échanger avec les habitants qui écoutent l'émission à partir de leur radio et peuvent interagir à tout moment avec l'animateur qui retourne sur le net s'il ne parvient pas à répondre à certaines questions.

La maîtrise du groupe électrogène a permis aux gestionnaires du CMC de faire des charges batteries pour les transporteurs et pour les téléphones cellulaires. On constate que plusieurs usagers n'ont pas d'électricité (aucune forme d'énergie) chez eux et ils font recours au CMC pour charger leur téléphone et leur radio. Cette maîtrise démontre comment les habitants de Niéna s'approprient des outils malgré les difficultés. La période de collecte des données a coïncidé avec la rébellion dans le Nord du Mali (les attaques du mouvement national de libération de l'Azawad contre les bases militaires) et les gestionnaires du télécentre ont servi d'intermédiaires entre les usagers en quête d'information sur la situation du pays et ne possédant pas les compétences nécessaires pour avoir accès aux différents médias sur internet. Cet événement a suscité un enthousiasme au tour du CMC et les habitants ont démontré que l'appropriation des TIC et l'arrivée de nouveaux matériels ont été utiles dans leur localité. Ils se sont appropriés de l'internet pour se renseigner sur les sites web du Mali (www.maliweb.net) et informer leurs proches (parents et amis) en temps réel sur la situation que le pays traverse. Si les outils TIC n'existaient pas dans la localité, les rumeurs allaient circuler sans sources d'information.

A l'approche des élections présidentielles du 29 Avril 2012, les partis politiques utilisent les services du télécentre pour faire les copies des affiches et ne se limitent pas seulement aux communiqués à la radio comme lors des anciennes élections. Les usagers utilisent également les réseaux sociaux pour mieux afficher leur conviction politique en utilisant les nouveaux outils technologiques. Les deux exemples sur les sujets d'actualité (guerre dans le nord du Mali et les élections présidentielles) illustrent également l'appropriation des TIC et les évolutions dans l'usage des outils (médias) classiques aux TIC par les usagers.

Les différentes associations (producteurs de mangues, pomme de terre, fruits et légumes etc.) se servent du télécentre pour créer des sites web, des blogs et échanger avec leurs partenaires dans la sous région et en occident. Ils ont compris l'utilité des TIC car ils se servent des outils pour vendre leur produit. Avant l'arrivée du télécentre, ils vendaient leurs produits seulement sur le marché local mais le CMC a complètement changé leur vision, leur mode de communication et leur manière d'acheter ou de vendre.

Avec l'ajout du télécentre, la radio a également perfectionné ses programmes et ses prestations. Elle diffuse certains programmes de l'UNICEF pour mieux informer la population sur leur intervention dans la localité en faisant des partenariats avec l'UNICEF et d'autres agences bilatérales et multilatérales d'aide au développement. Le CMC sert de relais d'information pour les élections présidentielles (participation aux activités de la mairie et du Ministère de l'administration territoriale) car ils sont mieux équipés, dotés d'instruments permettant d'assurer cette tâche.

L'appropriation se manifeste par le fait que les habitants s'intéressent aux médias étrangers tels que la RFI, France24 et aux médias nationaux accessibles dans d'autres régions en se connectant sur internet au télécentre. Avant l'arrivée du télécentre, les habitants se contentaient des informations données sur la situation locale et dans le reste du pays. Ils recevaient en retard les journaux publiés de façon quotidienne à Bamako (dans la capitale). Le télécentre a changé leur mode de communication et ils ont intégré ces outils dans leur vie quotidienne.

En conclusion, on peut dire que ce travail de terrain nous a permis de savoir que l'appropriation des TIC par les communautés rurales s'intègre dans une approche pertinente pour le développement des technologies au Mali. Les différentes formes d'appropriation (radio-surf, gravure de CD, DVD, publication des nouvelles sur les actualités du pays) montrent comment les usagers s'approprient des médias classiques et évoluent en utilisant les TIC

Bibliographie

BONJAWO J., 2002, *Internet, Une chance pour l'Afrique*, Paris, Karthala

CASTELLS M., 2001, *La galaxie Internet*, Fayard, Paris

CHENÉAU-LOQUAY A., 2008, *Rôle joué par l'économie informelle dans l'appropriation des TIC en milieu urbain en Afrique de l'Ouest*, Networks and Communications Studies-Netcom, Volume 22, N°1-2 & NETSUDS, vol.3

CHENÉAU-LOQUAY A., 2004, *Pour comprendre les fractures numériques : une lecture des enjeux liés aux infrastructures en Afrique*, NETSUDS, N°2

CHENÉAU-LOQUAY A., 2000, (Dir.). *Enjeux des technologies de la communication en Afrique : du téléphone à l'internet*, Paris, Karthala-Regards

DIENG A-W., 2007, *Diversité des trajectoires de formation des jeunes maliens dans un contexte d'incertitude*. Actes du 1^{er} symposium international Dakar du 24 au 26 juillet 2006. Dakar, IPDSR, UCAD

DHAMORATHAN M., 2010, *Renforcement des capacités communautaires en Asie : des comportements efficaces issus d'interactions authentiques*. Capacity.org Numéro 39

EVENO E., 1997, *Les pouvoirs urbains face aux technologies d'information et de communication*, PUF

FOWLER A., 2010, *Le comportement des passeurs de frontières : le travail des facilitateurs*, capacity.org Numéro 39

GABAS J-J., 2004, *Société numérique et développement en Afrique : Usages et politiques publiques*, Paris, Karthala

HOUZIAUX A., 2005, (Dir.). *L'aide au tiers-monde, à quoi bon ?* Les Éditions de l'Atelier

KIYINDOU A., 2009, *Les pays en développement face à la société de l'information*, Paris : L'Harmattan,

MC DONALD S., 2005, *Studying actions in context: A qualitative shadowing method for organizational research*. Qualitative Research

MEUNIER D., et VASQUEZ C., 2008, *On Shadowing the Hybrid Character of Actions: A Communicational Approach*, Communication Methods and Measures, 2:3, 167 - 192

PARKINSON S., 2005, *Telecentres, Access and Development: Experiences and Lessons from Uganda and South Africa*, CRDI 2005

PEARSON J., 2010, *Valeurs non reconnues et hypothèses non vérifiées. Ne pas Nuire*. Capacity.org Numéro 39

SAGNA O., 2001, *Les technologies de l'information et de la communication et le développement social au Sénégal : un état des lieux*. Genève, Institut de Recherche des Nations Unies pour le Développement Social

TACCHI J., 2003, *Ethnographic Action Research (A user's handbook developed to innovate and research ICT applications for poverty eradication)*. UNESCO

UNESCO. 2002, *A guide to Community Multimedia Centres. How to get started and keep Going*

WHITE A., 2001, *Évaluation des télécentres communautaires : un guide à l'intention des chercheurs*. CRDI

ZONGO G., 2000, *Télécentres au Sénégal*, in Chéneau-Loquay A. (dir) *Enjeux des technologies de la communication en Afrique : du téléphone à l'internet*, Paris, Karthala

Tic, nouveaux médias et processus de patrimonialisation.

Marie-Michèle Venturini <mmventuri@univ-corse.fr>
UMR-CNRS 6240 LISA Université de Corse Pascal Paoli

Notre proposition se situe à l'interface de l'axe 1 « Tic et potentialité d'ouverture, de désenclavement et de valorisation des territoires » et de l'axe 3 « Constructions identitaires, usages médiatiques des minorités ethniques, culturelles, linguistiques, religieuses, régionales, etc. ». Nous souhaitons dans un premier temps analyser l'évolution des usages sociaux liés aux médias « traditionnels » en suivant leur évolution jusqu'à l'avènement des « nouveaux » médias. Ceci en tentant de démontrer les enjeux de cette évolution pour le développement d'un territoire insulaire. Par la suite, nous postulons que la valorisation du territoire est étroitement liée à la valorisation du patrimoine d'où la nécessité de la mise en œuvre de processus de patrimonialisation visant à répondre à quatre impératifs que sont : la désignation, l'authentification, l'appropriation et la valorisation. De ce fait nous tenterons de répondre à la problématique suivante : En quoi la valorisation du patrimoine culturel permet-elle celle du territoire et quel est le potentiel d'innovation des nouveaux médias dans ce processus ? En effet, aujourd'hui la sauvegarde et la valorisation voire la revitalisation du patrimoine culturel, qu'il soit matériel ou immatériel, contribue fortement à la construction d'une société du savoir utilisant les Tic. De ce fait, nous pouvons nous interroger sur le lien entre la société de l'information et de la communication et plus précisément les Tic et l'appréhension du patrimoine culturel en tant que bien commun. Nous illustrerons notre propos en démontrant comment de nos jours les Tic sont mises à contribution tant par le biais des politiques de numérisation ou encore par la mise en réseau des ressources notamment au travers de projets et des actions visant à la mise en place d'un patrimoine culturel numérique.

Nos recherches ont commencé avec un questionnement lié à des préoccupations culturelles, identitaires et patrimoniales sur le territoire insulaire de la Corse. Ayant observé l'évolution du cyberspace et ses perspectives anthropologiques, nous avons concentré notre attention sur les potentialités de désenclavement des Tic pour la Corse. Au cours de l'année 2011, la Collectivité Territoriale de Corse affiche un niveau de raccordement à l'ADSL frôlant les 100% du territoire. L'équipement pour accueillir le très haut-débit est en cours.

Cela amène un premier constat : la politique publique de raccordement et d'accessibilité au réseau internet est actée et n'est pas matière à débat dans cet article. La question se situe alors à un autre niveau ; il s'agit de savoir si l'accès à Internet garantit l'accès à la société de l'information. Sur un plan technique il est convenu de répondre par la positive et d'affirmer que les conditions techniques de connexions étant dûment réunies, elles permettent d'affirmer que la Corse participe de ce mouvement. Cependant, notre positionnement scientifique en Sic, critique et non positiviste nous amène à aborder cette problématique avec beaucoup de précautions. Les fractures numériques ne sont pas uniquement réelles en termes de connexions. Elles le sont également en termes de *littératies*. La participation effective à la société de l'information et ainsi plus exactement à la société de la connaissance nécessite certaines capacités - *littératies* - qui conditionnent l'aptitude individuelle à la participation. Nous acceptons le postulat selon lequel l'espace numérique de données a intégré l'espace public et nous parlerons ainsi d'un espace numérique territorialisé. Cette proposition sera étayée par la présentation de notre objet de recherche. Nous considérerons donc que l'accès à la société de l'information ne peut être réduit à l'accès à un moteur de recherche ou à l'inscription à un réseau social numérique.

Notre objectif dans cette communication est donc de revenir sur l'articulation entre « anciens » et « nouveaux » médias par le prisme du territoire. C'est-à-dire que nous essaierons de démontrer que l'échelon territorial peut se révéler pertinent pour mettre au jour des usages spécifiques et de nouvelles littératies porteuses d'enjeux sociaux forts. Nous présenterons pour cela le cas de la *Médiathèque Culturelle de la Corse et des Corses (M3C)* qui engage selon nous des enjeux majeurs en termes de valorisation du territoire et de développement local. Cette perspective étant structurée par un dispositif technologique mettant en jeu la numérisation mais également des processus de communication.

Si l'interdiscipline des Sic ne peut se concevoir que dans la conjonction complexe de l'information et de la communication c'est que, si nous questionnons les outils de l'information c'est pour connaître leur capacité à moduler le lien social. Et si nous cherchons à étudier ce qui fait que l'on peut *mettre en commun* cela se révèle impossible sans étudier comment s'effectue le voyage du sens, c'est-à-dire de la co-construction du sens. Donc ce qui est permanent dans nos recherches c'est la question sociale. Qu'est-ce que faire lien, ou mettre en commun ?

Cette question centrale qui se décline par ailleurs dans les recherches en Sic, transcende les différents stades de l'évolution technologique. L'ensemble des approches théoriques allant d'Harold Lasswell, à Marshall MacLuhan en passant par Jürgen Habermas s'est dirigé vers la compréhension des effets structurants des médias sur la société. Pour caractériser très synthétiquement la place et le rôle des médias classiques (télévision, radio, presse écrite), nous soulignerons le fait qu'il avait effectivement un rôle structurant sur la société. Les médias classiques, entités industrielles contrôlées par des groupes restreints de personnes détenant ainsi un pouvoir de diffusion de l'information ont longtemps joué le rôle de prescripteur de la structuration de l'opinion publique. Le lien trouble des médias et du politique a d'ailleurs alimenté de nombreuses études en Sic. L'arrivée d'Internet a ainsi relancé à la fin du siècle dernier les plus grandes utopies et les plus grandes craintes. De nombreux auteurs, cédant à une pensée positiviste teintée de Saint-simonisme ont vu en ce nouveau protocole de diffusion de l'information, la source de *l'alliance universelle* ou un cyberspace royaume de la connaissance et d'une nouvelle identité du savoir, comme P. Levy (1997). D'autres comme P. Breton (2000) mettaient en avant les risques et les effets négatifs sur le lien social. Ce qui agite nos recherches depuis une dizaine d'années maintenant, c'est le renversement paradigmatique de la diffusion de l'information. Avant, unilatérale ou *one to many*, la diffusion serait maintenant passée à un mode *many to many*. Autrement désigné par le terme 2.0, ce phénomène constituerait donc une révolution pour notre vieil espace public. Ainsi, le nouveau questionnement est celui de la possible participation généralisée des individus à un espace mondial de la connaissance ; individus par ailleurs trop rapidement propulsés au rang de « citoyens ». En effet, il n'est pas rare d'observer une tendance à l'amalgame entre la position de l'individu connecté au réseau Internet et le citoyen prenant une part active à la vie publique et à la chose politique. Techniquement il est exact que le web d'aujourd'hui est celui du *CGU (Contenu Généré par les Utilisateurs)*. Mais la possibilité de générer du contenu et de le diffuser, potentiellement à l'ensemble de des internautes de la planète, ne fait pas de l'internaute un citoyen. Cela nous amène à dresser le constat selon lequel Internet comme l'imprimerie avant lui ne constituent pas en soi, une réponse à la construction de la connaissance, à la participation démocratique, à l'émancipation des peuples.

Ce questionnement prend une ampleur accrue ces toutes dernières années avec le phénomène lié aux réseaux sociaux. Facebook, twitter, etc... seraient devenus les nouveaux espaces de la sociabilité, de l'information et de la communication. Une nouvelle fois, une pensée positiviste s'empare du phénomène et semble y voir une forme suprême d'espace de communication, de liberté et de participation démocratique. Nous apporterons rapidement quelques éléments permettant de freiner cet enthousiasme et ramener une nécessaire distanciation pour appréhender les faits. La notion de « réseaux sociaux », largement utilisée dans la littérature, comporte un premier danger conceptuel. Il ne faudrait pas laisser croire que le numérique et Internet sont les créateurs des réseaux sociaux. Il conviendrait donc de traiter plus justement de *réseaux sociaux numériques* ou de *réseaux socionumériques*. Selon P. Mercklé (2011, p. 14), « *il revient à Barnes d'avoir inventé la notion de réseau social, et à Milgram d'avoir, peut-être le premier fait l'effort de démontrer empiriquement quelques-unes de ses intuitions* ». Les conclusions actuelles de l'analyse des réseaux socionumériques nous amènent à dresser un premier constat minimal : si la participation d'un individu à un réseau socionumérique n'entraîne pas automatiquement une sociabilisation accrue (ou le plonge dans une sociabilité illusoire), ses potentialités d'accès à l'information sont elles, techniquement immenses. Ainsi, comme le propose E. Lazega (2011, p.48), « *Les réseaux sociaux numériques sont donc des indicateurs partiels des formes que*

prennent les processus fondamentaux de la vie sociale [...] Cette question est celle de la contribution de la gestion des profils au fonctionnement de ces processus sociaux considérés comme un atout collectif, une composante du capital social du collectif (et non pas seulement du capital relationnel de l'individu). Dans ce domaine, tout ou presque reste à faire ». Enfin, A. Degenne (2011) marque clairement la distinction entre l'outil et la fonction sociale, « Les réseaux socionumériques sont à mes yeux des supports de communication comme le téléphone ou Internet, ce sont des outils de médiation. Les réseaux sociaux sont des formes sociales composées de relations ou d'interactions entre des personnes. [...] Il ne faut pas confondre les outils de médiation et les réseaux eux-mêmes ».

Intelligence informationnelle et culture numérique

Nous nous trouvons devant une équation à résoudre. Il semble incontournable de favoriser l'accès le plus large possible de la communauté humaine au réseau Internet. Quel que soit le degré d'optimisme ou de crainte envers l'outil, il est incontestable que les potentialités du web pour accentuer l'éclosion d'une société de la connaissance ouverte et collaborative est une piste à explorer. Cela amène ainsi un élément de problématique à étudier. Si la technique permet en théorie l'accès à l'information pour chacun cela dépend en grande partie des littératies ou compétences individuelles à mettre en œuvre son intelligence informationnelle. Ensuite, sur le plan social, chacun peut désormais par la création d'un profil, intégrer les réseaux sociaux numériques. Mais pour atteindre une sociabilité effective, il convient de participer à un des réseaux sociaux effectifs ne pouvant se limiter à des communautés numériques. L'espace public est certainement constitué désormais par cette articulation complexe entre les communautés numériques et leurs interconnexions avec les réseaux sociaux au sens large.

L'intelligence informationnelle

« L'intelligence informationnelle peut être définie comme une capacité individuelle et collective à comprendre et résoudre les problématiques d'acquisition de données et de transformation de l'information en connaissance opérationnelle, c'est-à-dire orientée vers la décision et l'action » (S. Agostinelli, 2005). Nous proposerons de considérer l'application de cette proposition aux conduites individuelles - et peut-être citoyennes - dans l'espace public, dès lors qu'il s'agit de traiter d'une problématique d'ordre sociétal. Dans sa dimension individuelle, l'intelligence informationnelle renvoie à une démarche autonome et volontariste de l'individu à utiliser les moyens dont il dispose pour récolter et traiter de l'information disponible dans l'espace public. La récolte de l'information et son traitement permettent à l'individu de former sa propre représentation du phénomène considéré et de définir ainsi son positionnement au regard de la problématique posée. « Etre compétent (littérate) dans l'usage de l'information signifie que l'on sait reconnaître quand émerge un besoin d'information et que l'on est capable de trouver l'information adéquate, ainsi que de l'évaluer et de l'exploiter »¹. L'individu, désormais internaute immergé dans la société de la connaissance doit ainsi mettre en œuvre un certain nombre de littératies afin de restaurer le filtre intellectuel nécessaire à la compréhension du monde. Les *gatekeepers* des médias classiques essentiellement incarnés par la classe journalistique sont désormais remis en question dans le paradigme informationnelle des réseaux socionumériques. Ces filtres humains sont désormais plutôt incarnés par des experts d'un nouveau genre. On évoque aujourd'hui un renversement paradigmatique concernant les prescripteurs majeurs des sources de formation des représentations sociales. On passerait avec les nouveaux médias du paradigme de l'autorité vers celui de la popularité. Cette approche ouvre le débat sur la réelle légitimité des porteurs de cette autorité, tout autant que sur la portée du concept de popularité. Ce renversement semblerait résider dans une forme de *désinstitutionnalisation* des fondements de l'autorité à diffuser des informations et des commentaires dans l'espace public. Si ce débat pourrait se révéler inepte dans ce cadre, il demeure que la question de la formation aux

¹ <http://i3m.univ-tln.fr/axe-5-intelligence.html>

outils numériques du traitement de l'information reste le sujet prédominant dans la formation d'un espace public plus complexe car articulé avec les sphères informationnelles numérisées. O. LeDeuff (2011, p. 85) étaye le caractère de cette transition : « *L'accès à la connaissance ne peut se cantonner à de faibles usages. La relation avec les techniques doit être repensée. Les environnements numériques constituent un bon moment pour mieux comprendre l'importance de former des individus dont la culture technique est développée. Il convient pour cela d'opérer un passage de l'usage à la culture qui se manifeste par un état de majorité [...]* ». Cet état de majorité revient à dépasser l'écueil du positionnement en termes de technophilie/technophobie, pour accéder à une maîtrise technique libérant l'intelligence informationnelle.

En réseaux ... donc sociaux ?

Comme nous l'avons déjà évoqué, il nous semble dangereux de considérer a priori les réseaux socionumériques comme des espaces communicationnels ou de sociabilité. C'est l'articulation entre le réseau social réel, l'infosphère numérisée et les réseaux socionumériques qui permet selon de nous de mettre au jour le champ communicationnel et social de l'individu. L'intelligence informationnelle serait ainsi selon nous un répertoire de littératies constituant une condition d'accès à une forme d'intelligence communicationnelle. C'est pour cela que la variable territoriale peut selon nous jouer un rôle de premier ordre afin d'accéder à des formes soutenues de sociabilité vécues. Ainsi les questionnements concernant une inscription territoriale des processus sociaux, concernent directement les Sic et particulièrement l'intelligence territoriale. Si l'universel se trouve dans le particulier, l'inscription des Hommes dans une *société-monde* (P. Zarifian, 2006) se trouve certainement en premier lieu dans leur inscription dans un espace de vie. C'est l'affirmation territoriale d'une identité vécue qui doit permettre l'accès aux formes de rencontres et de partages et s'il n'y a pas de culture sans clôture (D. Bougnoux, 2001, p. 72), c'est la réouverture communautaire qui crée le lien à l'Autre. Ce lien à la base du vivre-ensemble et des vivre-ensemble à co-construire, peut représenter un objet transversal des études en Sic. Plus précisément, notre propos vise à soutenir l'hypothèse que le territoire constitue une variable pertinente pour la mise en œuvre de dynamiques sociales effectives basées sur un partage des éléments de connaissance à travers un espace public complexe, où les réseaux socionumériques (sous toutes leurs formes) pourraient jouer le rôle d'outils d'aiguillage dans l'infosphère du web.

La numérisation du patrimoine culturel

Avant d'aborder la numérisation du patrimoine culturel il nous faut revenir brièvement sur la définition du patrimoine.

Le terme patrimoine désigne a priori un bien transmis de père en fils, de génération en génération. La notion de patrimoine, jadis réservée aux œuvres d'arts, édifices et sites remarquables s'ouvre désormais vers d'autres formes de l'activité humaine. Elle présente une dimension ethnologique et est davantage considérée dans sa fonction de témoignage. Le patrimoine rassemble ainsi à la fois des biens matériels, monuments, œuvres d'arts, espaces naturels, mais également des biens immatériels comme les savoir-faire ou les langues. Dans le rapport Querrien (1982), *Pour une nouvelle politique du patrimoine*, l'auteur précise qu'il faut « *faire passer dans notre patrimoine le souffle de la vie et en finir avec une vision trop répandue selon laquelle le patrimoine ne serait qu'un ensemble de choses inertes* »¹.

Nous souhaitons maintenant aborder la question des Tic adaptées au patrimoine et plus précisément celle de la numérisation. En effet, aux alentours des années 1990 des processus de numérisation de fonds documentaires nationaux ont été mis en place (la BNF, le Musée d'Orsay ...). Le Ministère de la Culture et de la Communication a fait de la numérisation une de ses priorités et lance des appels à projets maillant culture et innovation. Aujourd'hui elle contribue aux objectifs de l'agenda numérique 2020 pour l'Europe.

¹ Rapport Querrien, *Pour une nouvelle politique du patrimoine*, La Documentation française, 1982, pp. 5-7.

Nous notons que le terme « numérisation » est particulièrement à la mode de nos jours. Dans le domaine de la culture par exemple ce terme est synonyme d'accès facilité au savoir pour tous, de bien commun, d'échange, de mutualisation des savoirs ... On affirme que la numérisation permettra non seulement la sauvegarde, mais également la valorisation du patrimoine. Ceci étant, nous postulons et d'autres avant nous que la numérisation du point de vue purement technique ne suffira pas à rendre la culture et/ou le patrimoine accessible au plus grand nombre. Nous devons obligatoirement emprunter la voie de la médiation culturelle et patrimoniale. Nous avons pu constater au cours des trente dernières années, les bases de données sur le patrimoine culturel se sont fortement enrichies notamment par des banques d'images électroniques favorisant le maillage de textes et d'images des œuvres et des monuments. En effet, nous notons depuis 1996, un programme national de numérisation géré par la Mission de la Recherche et de la Technologie (M.R.T.) pour en arriver à 2009 avec le rapport Dacos-Mounier « Digital Humanities. Les transformations numériques du rapport au savoir ». La multiplicité des initiatives individuelles et/ou collectives pour publier des ressources peut être considérée comme un facteur de richesses culturelles et d'innovation bien qu'elle pose toujours un défi notamment au niveau de la facilitation des échanges entre les utilisateurs. Nous assistons à l'émergence de projets régionaux de numérisation du patrimoine. La mission principale étant alors de collecter, préserver, diffuser et valoriser le patrimoine assimilé à la mémoire locale.

La Médiathèque culturelle de la Corse et des corses

La Médiathèque culturelle de la Corse et des Corses de l'Université de Corse Pasquale Paoli est une banque générale de données relative à l'histoire, à la langue, au patrimoine ainsi qu'à la culture de la Corse. Elle se définit comme un outil de collecte des savoirs anciens, populaires, folkloriques et aussi scientifiques de notre île. Ses contenus sont classés par type de support documentaire (texte, son, image, vidéo) et selon une pertinence thématique établie en étroite liaison avec les thèmes, axes et opérations de recherche opérées au sein de l'UMR CNRS 6240 LISA. Conformément aux travaux qui y sont effectués, la Médiathèque culturelle de la Corse et des Corses valorise la caractérisation territoriale de même que les données capitalisées par le biais de l'approche interdisciplinaire que définit ainsi l'UMR CNRS 6240 LISA.

Selon le site du *TGE Adonis*¹, programme Très Grand Equipement CNRS mis en place depuis 2008 afin de numériser les connaissances et les savoirs, ce qui permettra à terme de proposer un accès unifié aux données et aux documents numériques en Sciences Humaines et Sociales, la numérisation se définit comme la production de « *substituts numériques (fichiers images, enregistrements sonores ou audio, textes...)* à partir des sources primaires de la recherche, et des travaux des chercheurs. (...) On peut - on doit - réintroduire dans ce champ les documents primaires et travaux de recherche nativement numériques ; il y en a de plus en plus avec l'explosion de la photographie numérique, ce qui ne veut pas dire que ceux-ci ne doivent pas être transformés pour satisfaire les critères définis pour un projet ».

En conformité scientifique avec l'axe de recherche de l'UMR 6240 LISA intitulé « Identité, culture : les processus de patrimonialisation », la sélection des objets documentaires à traiter s'effectue ici selon le choix natif et préétabli de réunir l'ensemble des ressources du savoir concernant la Corse, son identité, sa culture, son patrimoine. La politique d'acquisition de la Médiathèque culturelle de la Corse et des Corses fonde ainsi son activité numérique à partir de documents dits « organiques ou du moins préexistants (fonds, collections) » ou « de corpus « inventés » par des chercheurs » issus de leurs propres travaux de recherche. L'ensemble est réparti de manière cohérente afin de proposer à terme une base de données thématique sur la Corse. Certains éditeurs corses incontournables comme Albiana qui propose la quasi totalité des ouvrages publiés en langue corse, ont par exemple déjà signifié leur accord à la Médiathèque

¹. <http://www.tge-adonis.fr/?Bonnes-pratiques-de-numerisation>

culturelle de la Corse et des Corses, concernant les droits de reproduction et de diffusion de ces documents.

Nous constatons que l'architecture de l'outil numérique est mise en place. Mais selon nous l'essentiel n'est pas là. Les littératies seront le véritable enjeu, à savoir comment la M3C, afin de ne pas être uniquement une banque de données permettra aux utilisateurs d'acquérir une véritable culture numérique et nous aurons alors franchi la frontière entre « médias traditionnels » et « nouveaux médias ». Ou plus exactement, nous souhaitons que l'outil contribue à un saut qualitatif allant des « faibles usages » pour atteindre le seuil d'une forme de sociabilité fondée sur le partage de la connaissance, ici appréhendée à travers les marqueurs de l'identité à partager.

Bibliographie

AGOSTINELLI S., 2005, *L'éthique des situations de communication numérique*, Paris, L'Harmattan, 228 pages.

BOUGNOUX D., 2001, *Introduction aux sciences de la communication*, Paris, La Découverte, 125 pages.

BRETON P., PROULX, S., 2002, *L'explosion de la communication à l'aube du XXIème siècle*, La Découverte, 389 pages.

CARDON D., 2011, *Internet et réseaux sociaux*, Paris, La Documentation française, 136 pages.

CASILLI A., 2010, *Les liaisons numériques : vers une nouvelle sociabilité*. Paris, Seuil, 331 pages.

DACOS M., MOUNIER P., 2009, « *Digital Humanities. Les transformations numériques du rapport aux savoirs* ».

Disponible sur : <http://www.ehess.fr/fr/enseignement/enseignements/2009/ue/928/>.

DEGENNE A., 2004, *Les réseaux sociaux*. 2^e éd. Paris, Armand Colin, 296 pages.

ERTZSCHEID O., 2009, « *L'homme est un document comme les autres : du World Wide Web au World Life Web* », Vol. 53, p. 33-40.

FLICHY P., 2011, *Les nouvelles formes des collectifs*, Paris, Ed. La Découverte, 350 pages.

GROSSETTI M., 2008, « *Réseaux sociaux et médiation dans les activités d'innovation* », n°5, p. 21-27.

KRAUSS G., 2011, « *L'impact des institutions sociales sur la formation du capital social dans la valorisation de la recherche : une analyse sociologique des créations d'entreprises de haute technologie* ». *Innovations* [En ligne], Vol. 36, p. 83. Disponible sur : <http://dx.doi.org/10.3917/inno.036.0083>.

LAZEGA E., PENALVA ICHER, E., 2011, *Réseaux sociaux et coopération entre concurrents*, Hermès n°59, p.43-48.

LE DEUFF O., 2011, *La formation aux cultures numériques*, Paris, Fyp Editions, Coll. Sociétés de la Connaissance.

LELEU-MERVIEL S., 2004, « *Effets de la numérisation et de la mise en réseau sur le concept de document* », Vol. 4, n°1, p. 121.

LEMIEUX V., 1999, *Les réseaux d'acteurs sociaux*. Paris, Presses universitaires de France, 146 pages.

LEVY P., *Cyberculture*, Paris, Editions Jacob, 313 p.

MERCKLE P., 2011, *Sociologie des réseaux sociaux*, Paris, Ed. La Découverte, Coll. Repères, 128 pages.

QUERRIEN M., 1982, Rapport *Pour une nouvelle politique du patrimoine*, La Documentation française.

STENGER T., COUTANT A., 2011, *Ces réseaux numériques dits sociaux*. Paris, CNRS, (Hermès, 59).

ZARIFIAN P, 2006, in Dumas P., « Territoire et mondialité », VI^o Rencontres Tic & Territoires, Quels développements ?, Besançon, <http://isdsm.univ-tln.fr>.

AXE 2 :

Médias, médiation, espace public et coopération Nord-Sud

De l'analogie au numérique : usages, usabilités des TIC et reconfiguration de l'espace public au Sénégal

Hadj Bangali CISSE <cissehadj@hotmail.com>

Université Jean Moulin Lyon 3/Université Paul Verlaine/Metz

Les incidences des technologies de l'information et de la communication (TIC) dans les médias continuent de susciter des interrogations dans le nouveau modèle de production et de diffusion de l'information. Si la mondialisation de l'information est un fait observable pratiquement dans tous les pays, elle revêt par contre des caractéristiques diverses quant à son influence sur les médias locaux particulièrement ceux du Sud. Elle aura permis à la société sénégalaise d'évoluer en se nourrissant d'expériences nouvelles grâce aux avancées technologiques. La diffusion numérique est devenue une réalité qui touche pratiquement toutes les sphères de la vie active. Cela a pour conséquence d'accélérer les échanges d'informations tout en facilitant l'accès au savoir. Il en résulte des changements de comportements de la société vis-à-vis de cette technologie qui modifie notre rapport au temps, à l'espace et fait naître de nouvelles formes de sociabilité. Des défis et opportunités se profilent dans le monde du travail mais aussi dans la vie courante. Le Sénégal n'échappe pas à ce contexte puisque depuis 1995, le pays s'est lancé dans l'aventure d'une édition en ligne qui prend en compte la dimension transcontinentale. Au-delà du renouvellement des marchés pour les entreprises de presse, il s'agit de comprendre le fonctionnement des journaux en ligne Sénégalais à travers leurs interactions avec les internautes. Face à un environnement numérique de plus en plus envahissant des pratiques se développent entre, d'une part les professionnels des médias en ligne qui tentent de s'adapter à la technologie, et d'autre part les citoyens qui ne cessent de s'inventer de nouvelles formes d'appropriation de l'information. Avec ce nouveau changement de paradigme informationnel, un ensemble de praxis, d'*habitus* se mettent en place aussi bien dans la production que dans la réception de l'information. Ceux-ci véhiculent de nouvelles pratiques ancrées dans les imaginaires et les représentations de la population sénégalaise. Celles-ci sont en œuvre même si elles demeurent encore instables pour le moment, en raison de la faible connectivité et surtout du non-usage des TIC. Les interactions quotidiennes tendent à se pérenniser dans le temps et celles-ci semblent dessiner les contours d'une nouvelle configuration de l'espace public sénégalais qu'il convient d'analyser en se référant aux consommations médiatiques. Cette communication a pour but de comprendre le fonctionnement de la presse en ligne sénégalaise, tout en révélant les pratiques émergentes des « Sénégalonautes ». Dans cette démarche, je tenterai de mettre en exergue d'une part les différentes mutations technologiques et sociales engendrées par les TIC dans les pratiques médiatiques (presse en ligne sénégalaise) d'autre part de révéler les appropriations, les usages et les accommodations du public face à celles-ci et enfin dans une interrelation entre le local, le régional et le mondial d'étudier les enjeux et les impacts de ces mutations.

Du tam-tam aux premiers clics de souris, en passant par la téléphonie mobile, le public sénégalais a essayé à chaque fois de s'adapter aux mutations technologiques. À chacune de ces étapes marquées par des bouleversements d'ordre structurel et conjoncturel, les médias ont su traduire les aspirations profondes du peuple à travers les différents supports de communication qui ont jalonné l'histoire du Sénégal. Il est vrai que des manipulations du politique ont parfois conditionné le fonctionnement des médias – surtout les dix premières années de l'après indépendance (1960-1970) – les détournant ainsi de leur rôle central de régulateur du social mais le public de par son indépendance, sa neutralité, sa diversité, son courage et surtout son ingéniosité a su contourner la désinformation grâce à sa neutralité. C'est dire que le rôle des médias est indissociable de la vie quotidienne des citoyens et en tant que tel, ils sont les miroirs des actions sociales en œuvre dans l'espace public sénégalais (Bourdon, 1997 : 12).

Quelques rappels historiques

Le droit de vote accordé aux citoyens des quatre communes du Sénégal (Gorée, Dakar, Rufisque et Saint-Louis) vers la fin du 19^e siècle (Cissé : 2010 : 124) sous l'ère coloniale marque véritablement l'avènement d'une prise de conscience citoyenne sur la nécessité de participer à la construction de la nation. Celle-ci s'était faite de manière timide et particulière puisque s'adressant à une élite en majorité des Européens qui étaient installés sur le territoire et venaient par la suite des métis qui devaient donner leur opinion sur les décisions prises en métropole pour l'administration des territoires. L'indépendance acquise plus tard le 4 avril 1960, permettait au Sénégal d'accéder à la souveraineté nationale et voir la naissance d'une opinion publique véritablement en phase avec les aspirations du peuple. Celle-ci était composée d'intellectuels ayant fait leurs études en métropole ou sortis des grandes écoles de l'AOF (Afrique occidentale

française) comme celle de l'ENI (école normale d'instituteurs) de Sébikotane (banlieue de Dakar), mais aussi des métis principalement des mulâtres ou fils de métis.

La presse écrite, premier média à bénéficier du transfert technologique restera jusque dans les années 90, une presse étatique hégémonique. Cela n'a pas du tout empêché l'existence d'une opposition pour contester les décisions gouvernementales avec les journaux clandestins (*Xarebi*, *Dann sa doolé*). L'actualité sénégalaise riche en rebondissements a connu des phases incarnées par des ruptures au cours des différentes mutations sociales politiques, et économiques.

C'est d'abord dans le tournant des années 1970 que des changements notoires sont apparus notamment dans la politique avec l'instauration du multipartisme limité à trois courants dans un premier temps et la naissance d'une presse privée (avec les journaux comme *Promotion* et le *Politicien*). Mais c'est réellement dans les années 80 qu'une véritable professionnalisation de la presse est apparue avec une multiplication des journaux (*Sud hebdo* devenu *Sudquotidien*, *Wal Fadjiri*, le *Quotidien* etc.).

Parallèlement à cette mutation de la presse, on assiste à un changement de mentalité de la jeunesse sénégalaise. La nouvelle génération fortement ébranlée par les tumultes politico-économiques va clamer son désir d'existence, en initiant des actions citoyennes comme le " *Set Settal* " ou grand nettoyage. Celles-ci entendaient lutter contre l'insalubrité des rues, une manière pour les citoyens de participer à la construction nationale (Diouf, 2002 : 266).

L'ère de l'audiovisuelle

En 1988, le pays venait de connaître sa première année blanche au sortir d'élections contestées, marquées par des troubles sociaux d'une grande ampleur. Les jeunes avaient envahi la rue et paralysé totalement le fonctionnement des institutions à tel point que l'état d'urgence fut décrété par les autorités politiques. Celles-ci par la voix du président de la république d'alors, M. Abdou Diouf, n'avait pas hésité à qualifier la jeune génération de « jeunesse malsaine ». Chômage chronique, inactivité, désespoirs étaient le lot quotidien de ces jeunes qui cherchaient leurs voies pour sortir de ce marasme social. Cette situation les laissait dans un profond désœuvrement, livrés à eux-mêmes sans aucun espoir de s'en sortir. Cette génération des années 80 a trouvé comme moyen d'occupation, la musique à travers le rap, pour non seulement pallier au désœuvrement, mais transmettre surtout des messages à la population. Le genre musical, le rap, issu des ghettos américains de la banlieue qui est caractérisé par des paroles souvent contestataires s'y prêtait et offrait à ces jeunes l'opportunité de communiquer et de canaliser toutes leurs frustrations. Les premiers rappers ont été des émigrés sénégalais (MC Lida et Mbacké Dioum) qui grâce à l'avènement de la télévision allaient faire leur apparition dans les foyers sénégalais.

Comme le constate l'universitaire Adrien Ndiouga Benga (2002 : 289-340) dans une étude consacrée sur l'évolution de la musique au Sénégal : « Le rap pourrait être compris comme le moyen d'expression d'une demande politique très forte parce qu'elle dénonce une situation ressentie comme urgente. C'est l'expression d'une demande de prise de considération dans une société qui offre l'image d'un mode de vie dont ils sont exclus. L'analyse des groupes de rap fait apparaître que leurs interprètes font la chronique des frustrations et des joies de quotidienneté en privilégiant quelques sujets qui intéressent tout particulièrement leur auditoire de jeunes : les difficultés économiques et pécuniaires, la violence, la corruption, l'absence de moralité des élites... le rap met en cadence les maux et les mots de la rue » .

" *Boul Falé* " (ne t'occupes pas)¹, le slogan générationnel symbolisait leur volonté d'avancer dans ce monde au gré de tous les obstacles qu'ils pouvaient rencontrer sur leur chemin. En imitant les rappers américains, ils ont su capter et attirer l'attention des Sénégalais en occupant l'espace public. C'est l'émergence d'une conscience citoyenne amorcée par un changement social d'une nouvelle génération qui entend participer aux débats nationaux (Havard, 2001 : 64). Celle-ci issue

¹ Traduit littéralement du wolof (langue nationale)

des industries culturelles comme la musique et le sport va contribuer à l'élargissement de l'espace public sénégalais. Mohamed Ndao Tyson¹, le lutteur et Didier Awadi le rappeur seront les figures de proue de cette nouvelle génération des années 80 qui veulent s'affirmer et afficher leurs desideratas.

Cette expression de " *Bul faalé* ", n'exprime pas seulement la résignation face à l'incertitude de l'avenir pour les jeunes Sénégalais mais il véhicule aussi des messages d'espoir en exhortant les jeunes à plus de réalisme (Gueye, 2002 : 278). Soit maître de ton destin et soit conscient de tes capacités, telle est la philosophie de ce mouvement. Cette soif de paraître et de prendre son avenir en main est un signal fort pour la participation des jeunes à la construction nationale, s'affirmant ainsi comme des acteurs de la société sénégalaise. Le mythe de l'école comme moyen de promotion sociale est vite ébranlé par le chômage d'une grande partie de la population sénégalaise causé par la politique d'ajustement structurel imposée par la banque mondiale. Le secteur informel prenait alors un nouvel essor dans ce contexte où le " *Bul faalé* " pourrait se résumer ainsi : « il n'y a plus d'avenir dans l'école, trace ton chemin même sans diplômes, tu peux y arriver comme Tyson ou les immigrés, ton avenir t'appartient et c'est à toi d'en décider, peu importe ce que les autres en penseront ». Cette valorisation de l'individu allaient avoir un impact social dans la société sénégalaise qui se découvrait ainsi de nouvelles vocations et cela avaient modifié les paramètres de l'espace public sénégalais. Sur les étalages des marchands ambulants de rue, les photographies des célébrités nationaux, cassettes vidéo mais aussi les cassettes audio souvent musicaux se vendaient bien et leurs usages se retrouvaient dans les foyers sénégalais (Gueye, 2003 : 180 ; Tall, 2003 :235).

Ce mouvement social allait aussi affecter la manière de s'informer non seulement des jeunes Sénégalais mais de la population entière, qui manifestaient leurs intérêts et de manière active en interagissant avec les médias. Cela se traduisait par des apparitions sur les plateaux de la télévision et des appels téléphoniques (nationaux mais aussi transnationaux) à la radio pour témoigner ou tout simplement apprécier les programmes. Ces actualités constituaient une richesse pour les médias d'alors (radio, télévision) qui y trouvaient des créneaux pour communiquer avec le public et c'était le début de l'avènement d'une communication alternative (Dia, 2003 : 296, 312).

La célèbre émission télévisuelle animée à l'époque par Moïse Ambroise Gomis dénommée "Génération 80" et celle de Michaël Soumah à la radio "Weekend sur inter" qui faisaient la promotion des jeunes talents en particulier les rappeurs, avaient beaucoup contribué au changement des habitudes de consommations médiatiques des Sénégalais. Sous l'effet conjugué des Sénégalais de l'extérieur qui auront permis le transfert technologique en apportant tout le confort et la modernité des outils de communication et la présence des télévisions transcontinentales, le marché sénégalais de l'industrie musicale et sportive s'inventait une nouvelle économie. Ceux-ci allaient fortement influencer les usages et appropriations des Tic par les Sénégalais. Dans cette mouvance, la sociologie des usages nous impose de revisiter la trilogie que sont la technique, les objets et le quotidien. Ces trois objets s'interpénètrent et nous révèlent les liens qu'entretiennent la technique et le social (Rieffel, 2010 : 174, 175).

Grâce à ce mouvement social, les animateurs faisaient la promotion de ces groupes musicaux mais aussi s'intéressaient à la lutte traditionnelle à travers l'idole de la génération symbolisé par Tyson. Nous constatons comme Pierre Chambat (1994 : 253), que : « L'usage n'est pas un objet naturel mais un construit social » et ainsi est apparue une nouvelle conscience citoyenne, forte de ses valeurs nationales. C'est le lieu d'explorer ces nouvelles formes de consommation qui en fait ne sont que le reflet de la société sénégalaise transnationalisée en quête de nouvelles aspirations citoyennes. Comme nous le rappelle Jésus Martín Barbero (1997 : 176).

« La consommation n'est pas seulement reproduction de forces, mais aussi productions de significations : lieu d'une lutte qui ne s'épuise pas dans la possession des objets, car elle passe de manière encore plus décisive par les usages qui lui donnent une forme sociale et dans lesquels s'inscrivent exigences et dispositifs d'action issus de différentes compétences culturelles ».

¹ Célèbre lutteur Sénégalais

Les Tic en particulier la radio et la télévision auraient permis à ces jeunes de s'inspirer de nouveaux usages et pratiques avec notamment l'avènement du mouvement Hip Hop. Contrairement au rap américain qui vient des banlieues pauvres, celui du Sénégal est parti des soubresauts de la ville. Les jeunes citadins surtout ceux issus des quartiers riches allaient bénéficier en premier des outils modernes de communication comme la télévision, les caméscopes et en profiteront pour se mettre au diapason de cet univers rap.

Ce mouvement se poursuivra jusque dans les années 90 coïncidant avec la libéralisation des ondes radiophoniques avec la fréquence FM (modulation de fréquence), et l'apparition des radios privées cassant ainsi le monopole d'une diffusion unilatérale. La modernisation des médias s'est poursuivie et lors des élections présidentielles de l'année 2000, la radio et les téléphones portables ont été les grands catalyseurs de l'alternance démocratique au niveau national (Coulibaly, 2002 : 145). La diaspora sénégalaise de son côté s'était illustrée en innovant une " marche bleue sur le net", consistant à se connecter en masse sur un site tout en signalant par des messages leur présence en ligne (Top, 1997 : 2).

L'ère du numérique : la diaspora sénégalaise au cœur des mouvements sociaux

À cela s'ajoute, une deuxième révolution sociale au début de l'année 2011, dont l'une de ces caractéristiques est de s'ancrer dans la mouvance des TIC et principalement l'internet. Celle-ci que l'on pourrait qualifier de révolution sociale numérique est aussi l'émanation d'un groupe de jeunes Sénégalais issus toujours de l'industrie culturelle en particulier la musique rap. C'est lors de la 11^e édition du *Forum social mondial* tenu à Dakar le 6 février 2011 que le mouvement *Y'en a marre* se révèle au monde en misant sur une communication *via* le Web. C'est un groupe de rappers qui ont décidé de mener des actions citoyennes en prônant une nouvelle façon d'être Sénégalais. Devant la volonté du Président de la République M. Abdoulaye Wade de briguer un troisième mandat malgré les restrictions de la Constitution, le mouvement *Y'en-a-marre* se mobilise et fait échec à ce projet de loi, destiné à élire le président au premier tour avec 25 % des suffrages au lieu de 50 % comme prévu dans la constitution.

Se rendant compte que les jeunes qui constituent près du tiers de l'électorat sénégalais ne disposent pas de leurs cartes d'électeurs et que leurs situations demeurent de plus en plus problématiques en raison du nombre grandissant de chômeurs, les *Yenamarristes* obligent le gouvernement à reculé la date de clôture des listes électorales pour le prochain scrutin présidentiel de février 2012. Cette jeunesse est en proie à des dérives extrêmes comme les nombreuses tentatives suicidaires de vouloir rejoindre l'Eldorado en se ruant sur les pirogues pour traverser la méditerranée et espérer atteindre les portes de l'Europe. Ces épisodes douloureux témoignent de l'état de désespoir de la jeunesse sénégalaise que l'on retrouve dans cette formule : « *Barça Wala Balsak* », traduit littéralement du wolof¹ par « Barcelone (Espagne) ou la mort ».

Fadel Barro, porte parole de ce mouvement, symbolise cette nouvelle jeunesse qui ne se contente plus de paraître mais d'exister en décrivant les maux de la société sénégalaise. Ils s'inspirent de l'écrivain Frantz Fanon² et font de cette maxime leur crédo : « Chaque génération doit, dans une relative opacité, découvrir sa mission, l'accomplir ou la trahir ».

C'est un nouveau changement de paradigme social, du jeune Sénégalais qui ne s'en faisait pas et qui ne s'intéressait pas du tout à l'action politique, on est arrivé à un nouveau type de Sénégalais (NTS) conscient de ses responsabilités et qui entend gérer aussi la cité en donnant son avis. " *Dass Fananal* " (qui pourrait se traduire par "Prépare-toi à voter avec ta carte", " La foire aux problèmes³ ", sont autant d'initiatives citoyennes qui permettent de soulever les difficultés quotidiennes des Sénégalais. En prenant ce canal de l'internet, ce mouvement prend en compte la dimension transcontinentale, pour se faire entendre non seulement par la communauté internationale mais surtout la diaspora sénégalaise, partie intégrante de l'environnement

¹ Langue nationale du pays

³ Programme pour débattre de tous les maux de la société sénégalaise

médiatique nationale. Pour se démarquer de toutes manipulations politiques et d'harcèlements policiers, ils optent pour une communication à travers les réseaux sociaux pour parer aux nombreuses tentatives extérieures d'infiltrations du mouvement. Ils font des conférences de presse et convoquent l'ensemble de l'opposition sénégalaise à venir débattre sur des sujets sensibles nationaux comme les coupures incessantes d'électricité et sur les enjeux de la prochaine élection présidentielle.

Cette deuxième mutation sociale a contribué à l'élargissement de l'espace public sénégalais avec la mise en ligne des contestations et revendications citoyennes et notamment à travers les principaux réseaux sociaux comme Facebook et Twitter (prolifération d'*hashtags* anti-Wade # *Wadedegage* 2012 etc.). Celle-ci a été accompagnée par les outils modernes en particulier le téléphone portable, outil de prédilection des jeunes, avec sa forte expansion et ses multiples possibilités de connexion à l'internet. D'ailleurs en raison des fréquentes coupures d'électricité qui empêchent toutes connexions régulières à l'internet, les *Yenmarristes* communiquent avec les *SMS* pour contourner la censure politique et mobiliser les citoyens.

Les avancées de la technique au Sénégal, qui se limitaient à la production audiovisuelle, vont s'enrichir avec la mise en place de la technologie *ADSL*¹ dès l'année 2003. Son expansion va se poursuivre sur tout le territoire national, les villes d'abord, les villages et communautés rurales, ensuite. Les usages et usabilités sont perceptibles à travers l'interactivité des " Sénégalnotes " qui profitent de la démocratisation de l'internet pour participer aux actions citoyennes. Peut-on parler réellement d'une appropriation quand on sait que les internautes représentent seulement à près d'1,5 million sur une population de 12. 000.000 d'habitants ? C'est dire que la pratique de l'internet et des *Tic* ne concerne pas la majeure partie de la population même si l'on note un engouement chez la jeune génération. Cependant, les usages de ces outils tendent à se répandre auprès des populations qui commencent à se les approprier mais dans l'ensemble ces pratiques sont en phase d'expérimentation. C'est une fois stabilisées, que nous pourrions faire sienne cette réflexion extraite de l'ouvrage *L'explosion de la communication*.

Introduction aux théories et pratiques de la communication :

« Nous pouvons parler d'appropriation lorsque 3 dimensions sociales sont réunies. Il s'agit pour l'usager, premièrement de démontrer un minimum de maîtrise technique et cognitive de l'objet technique. En deuxième lieu, cette maîtrise devra s'intégrer de manière significative et créatrice aux pratiques quotidiennes de l'usager. Troisièmement l'appropriation ouvre vers des possibilités de détournements, de réinventions ou même de participation directe des usagers à la conception des innovations » (Breton, Proulx, 2002,2006 : 255-256)²

Au Sénégal les accommodations avec l'internet sont perceptibles de par les nombreuses contributions des « Sénégalonautes » qui au gré de l'actualité nationale comme internationale réagissent et prennent part aux débats en ligne. Cet engouement pour le web s'explique par l'abondance des faits d'actualités et une tendance liée au phénomène de publicisation qui touche la société sénégalaise. Les informations sont maintenant mises en ligne et certaines suscitent la curiosité des usagers. L'affaire « *Goudi Town* » une affaire de mœurs concernant des danses obscènes de Sénégalaises sur le Net, le reportage de la chaîne de télévision M6 « *La multinationale des vendeurs à la sauvette* » qui mettait en cause la communauté mouride³, la construction du monument *la Renaissance*⁴, sont autant de sujets qui passionnent les internautes. Les politiciens communiquent aussi *via* le Net, non seulement pour convaincre les nationaux mais surtout la communauté internationale en réglant leurs comptes sur les réseaux sociaux (Macky Sall répond à Idrissa Seck sur Facebook concernant l'affaire des 7 milliards de Taïwan disparus dans les caisses de l'État⁵).

¹ *Asymmetric digital Subscriber* ou liaison numérique asymétrique, permettant de transmettre et de recevoir des données numériques indépendamment du téléphone

³ Confrérie mouride musulmane

⁴ Statue géante en bronze et cuivre, érigée sur l'une des collines des Mamelles (presqu'île du Cap vert)

⁵ Depuis Facebook, Macky Sall répond à Idrissa Seck <https://www.facebook.com/pages/Macky-Sall-2012/313241191709>. Date de la

Pour l'année 2011 les faits les plus recherchés sur le Web sont : Facebook qui arrive en tête, Sénégal, télécharger, *Youtube*, Dakar, Seneweb (portail d'information) Google, Yahoo, jeux, Hotmail et au niveau national en raison des élections futures (le président Abdoulaye Wade et Idrissa Seck (candidat).

Les médias des pays du Sud comme le Sénégal, sont aussi concernés par les mutations technologiques et sous l'effet de la mondialisation ils tentent de s'adapter en remettant en cause leur mode de fonctionnement. Dans cette tentative on remarque aussi que le public n'est pas neutre dans le processus de diffusion de nouvelles. En tant qu'acteur de cette sphère médiatique, il participe à la démocratisation de l'information. Selon la diversité des supports et selon le contexte socio-économique d'évolution, les interactions entre les médias et le public symbolisent des relations profondes où se mesure l'évolution d'une société. Au Sénégal, elles auraient permis de voir les comportements du public au gré des mutations technologiques. Celui-ci, subit également l'influence des médias transcontinentaux, ce qui a pour conséquence l'élargissement de l'espace public et l'affirmation d'une opinion publique libre, indépendante et transcontinentale.

Bibliographie

BARBERO-MARTIN J., 2002, *Des médias aux médiations. Communication, culture et hégémonie*, Paris, CNRS-Éditions, 222p.

BENGA N. A., 2002, « Dakar et ses tempos. Significations et enjeux de la musique urbaine (ca 1960 - années 1990) ». *Le Sénégal contemporain*. Paris, Karthala, 289-308.

BOURDON J., 1997, *Introduction aux médias*, Paris, éd. Montchrestien, J.A., 160p.

BRETON P., PROULX S., 2002, 2006, *L'explosion de la communication. Introduction aux théories et pratiques de la communication*, Paris, La Découverte, 382p.

CHAMBAT P., 1994, « Usage des Tic, évolution des problématiques », *Technologies de l'information et société*, vol.6, N° 3, 1994, pp.249-269.

CISSE, H. B., 2010, *La presse écrite sénégalaise en ligne : enjeux, usages et appropriation des technologies de l'information et de la communication par les journalistes (1980-2008)*, Thèse de doctorat en sciences de l'information et de la communication, Metz, 496p.

DIA S. 2002, « Radiodiffusion et nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) : usages, enjeux et perspectives, *Le Sénégal à l'heure de l'information. Technologies et société*, Paris, Genève Karthala, Unrisd, pp. 295-330.

DIOUF, M. 2002, « Des cultures urbaines entre traditions et modernités », *Le Sénégal contemporain*. Paris, Karthala, 261-288.

FANON F., 1961, 2002, *Les damnés de la terre*; Paris, Maspero, La Découverte Poche, 303p

GUEYE C., 2002, « Enjeux et rôle des NTIC dans les mutations urbaines: le cas de Touba », *Le Sénégal à l'heure de l'information. Technologies et société*, Paris, Genève Karthala, Unrisd, pp.169-222

HAVARD J., F., 2001, « Éthos " Bul Faale " et nouvelles figures de la réussite au Sénégal », *Politique Africaine*, n°82, Paris, Karthala, pp. 63-77.

[En ligne] URL : [Http://www.politique-africaine.com/numeros/pdf/082063.pdf](http://www.politique-africaine.com/numeros/pdf/082063.pdf). Date de la dernière consultation : le 20/01/2011

TALL S. M., 2002, « Les émigrés sénégalais et les nouvelles technologies de l'information et de la communication », *Le Sénégal à l'heure de l'information*. pp. 223-262.

TOP, A., 1997, Où va le Sénégal ? *Batik*, n°97, Dakar, Osiris, 1997. [En ligne]
URL : <http://www.osiris.sn/article2995.html#O%C3%B9%20va%20le%20S%C3%A9n%C3%A9gal%20> Date
de la dernière consultation : le 12/12/11.

Mondialisation et culture numérique : le « paradoxe » des nouveaux dispositifs de communication

Zouha Dahmen-Jarrin <z.jarrin@laposte.net >

GRESEC, Université Grenoble III

Les récents mouvements sociaux dans le Monde arabe attestent à des degrés divers du potentiel informationnel grandissant de l'Internet participatif au point que certains discours attribuent à ce dispositif technique le privilège d'avoir suscité ces mouvements. Sans disqualifier le rôle de cet outil dans la mobilisation sociale et virtuelle en Tunisie, nous avons opté de nous interroger sur les modalités expressives et organisationnelles d'une médiatisation réticulaire en accordant un rôle tout aussi déterminant au militantisme issu du terrain qu'aux photos et vidéos amateurs produites par téléphones mobiles, dans un environnement médiatique local réprimé. La prise en compte de ces deux variables nous a conduit à souligner la dynamique mouvante des rapports de force sociaux comme piste susceptible de nous éclairer davantage sur la question de l'ambivalence des nouveaux dispositifs de communication.

Les moyens et techniques de communication sont souvent présentés comme de formidables outils d'émancipation individuelle et collective et de réels catalyseurs de développement et de changements sociaux. La mondialisation des réseaux et des échanges culturels semblerait confirmer cette idée, notamment dans les sociétés du Sud au contexte autoritaire. Plus récemment, les discours médiatiques et même savants charrient cette vision idéalisée des technologies de la communication en réduisant « les révolutions arabes » à la performance technologique des réseaux de communication (Castells, 2011). Depuis le mouvement de protestation iranien de 2009, jusqu'à la chute des régimes tunisien et égyptien au début 2011, le rôle des réseaux numériques dans ces mobilisations a occupé l'actualité médiatique et académique. La question qui est posée ici et là semble être la suivante : l'Internet fait-il la révolution ? La mobilisation massive des réseaux numériques, dits sociaux, à des fins de contestation politique a fait apparaître l'espace virtuel comme étant à l'origine de ces « révolutions ». D'où une vision déterministe marquée par un idéal libéral ou libertaire de l'Internet à laquelle s'oppose une approche moins optimiste réactivant le pouvoir des techniques de surveillance qui sont inscrites au sein même de cette technologie libératrice (Morozov, 2011).

Pour notre part, il ne s'agit pas dans cet article d'apporter une énième réponse à la question susposée. Nous envisagerons plutôt d'interroger le potentiel informationnel des techniques de communication comme la téléphonie mobile et l'Internet participatif à la lumière des tactiques et des stratégies des acteurs impliqués dans la mise en visibilité du mouvement de protestation en Tunisie, à l'intérieur comme à l'extérieur du pays. Notre travail vise donc à rendre compte des modalités expressives et organisationnelles des usagers de ces techniques de communication ayant permis la médiatisation du soulèvement populaire tunisien. Ces propriétés que nous voudrions mettre en lumière s'appuient en grande partie sur les pratiques de nouvelles catégories d'acteurs, celles des profanes ou des « amateurs » (Flichy, 2010) de la culture participative et celles des « amateurs » de la parole politique.

Divers travaux de recherche ont souligné, selon des approches différenciées, la contribution grandissante des contenus générés par les usagers des techniques numériques (User Generated Content), notamment dans l'élaboration des produits médiatiques (Estienne, 2007 ; Rebillard, 2010 ; Aubert 2011). Cette tendance à la participation et à la collaboration par les usagers dans la fabrication des produits journalistiques s'affirme aujourd'hui avec les réseaux sociaux numériques, devenus sources incontournables pour les médias *mainstream*. Cette participation exprimerait la nouvelle tendance démocratique conduite par les citoyens internautes (Cardon, 2010 ; Cardon & Granjon, 2010). Le mouvement de protestation tunisien a montré combien les plateformes collaboratives, essentiellement *Facebook* et *Twitter*, ainsi que les chaînes d'information transnationales comme France 24 et Aljazeera se sont appuyées sur les photos et vidéos brutes produites par les usagers des téléphones mobiles pour couvrir les événements et amplifier leur visibilité.

Nous essayerons dans cette article de mettre en lumière les propriétés d'une « médiatisation de réseau » en nous intéressant plus particulièrement à la manière dont les contenus produits par la téléphonie mobile sont devenus dans un contexte de verrouillage médiatique quasi-total en Tunisie une « arme informationnelle » dont disposent les militants et activistes tunisiens sachant exploiter les réseaux numériques transnationaux pour rendre visible à large échelle leur mobilisation face aux violences et aux exactions perpétrées par le régime. Notre hypothèse est que l'image provenant du terrain a supplanté le commentaire dans cette médiatisation réticulaire qui demeurait dans sa globalité soumise aux rapports de force sociaux tels qu'ils se présentaient au début de l'année 2011, à savoir un régime aux abois faisant usage de la répression pour se maintenir.

Pour conduire notre travail nous avons adopté une approche pluridisciplinaire s'appuyant, d'une part, sur l'observation des initiatives prises par les cyber-activistes tunisiens au cours du mouvement social et, d'autre part, sur une analyse socio-discursive des messages échangés sur la plateforme *Twitter*, élaborée à partir de deux corpus distincts. Le premier est composé de 266 tweets postés les 13 et 14 janvier 2011 à partir d'un téléphone mobile. Nous avons réussi à les collecter à partir du moteur de recherche *Google en temps réel* en suivant le hashtag #Sidibouzid. Nous les avons ensuite identifiés grâce au profil public des usagers de la plateforme *Twitter*. Le second corpus est un recueil de 25 tweets échangés entre le 27 décembre 2010 et le 14 janvier 2011 en prenant le même hashtag comme mot clé du sujet. Nous avons pu reconstituer ce corpus à partir du moteur de recherche de tweets *Topsy. Com*. Les messages de ce corpus sont composés essentiellement de textes avec des liens iconographiques (photos et vidéos) dont les sources sont les sites Net suivants : Global Voices, Posterous.com (Nawaat), Aljazeera.net (en anglais), Les observateurs (France24). Les données récoltées ont fait l'objet d'un traitement comportant les deux volets d'une analyse du discours, à savoir le volet figuratif (acteurs, espace, temps) et le volet narratif (thème, objet, modalités). Pour étayer ce travail qui ne prétend pas à l'exhaustivité, nous avons choisi de compléter notre analyse effectuée à partir des deux corpus par des propos de certains acteurs du mouvement collectés grâce à des entretiens publiés dans les médias, des rencontres et des contacts en ligne.

Après un rappel historique du contexte socio-politique dans lequel se sont activés les principaux acteurs de la médiatisation du mouvement social tunisien, nous présenterons la manière dont ils ont exploité les techniques de communication, en particulier le téléphone portable et le Net, pour produire et propager l'information. Nous reviendrons dans la dernière partie de notre texte sur la question du « paradoxe » qui caractériserait les technologies de l'information et de la communication.

Petit rappel historique des conditions sociopolitiques du mouvement

Lorsque le militant du Parti d'opposition PDP crée avec son téléphone portable le « Buzz » autour du suicide de son cousin Mohamed Bouazizi et de la protestation sociale qui s'en est suivie à Sidi-bouzid le 17 décembre 2010¹, le champ de la protestation sociale était déjà en effervescence en Tunisie à la fois dans l'espace public urbain et dans l'espace virtuel. En effet, la brutalité policière avec laquelle les autorités tunisiennes ont répondu aux manifestations réclamant le droit au travail dans le bassin minier de Gafsa en 2008 a sans aucun doute été à l'origine d'un grand sentiment d'injustice et d'humiliation faisant écho dans toute la région et les villes limitrophes. Ce sont les mêmes revendications sociales qui se sont cristallisées au moment du soulèvement populaire de Sidi Bouzid en décembre 2010, c'est-à-dire, la liberté de l'entreprise économique et l'arrêt de la corruption dans l'accès à l'emploi. C'est ainsi que l'un des premiers slogans circulant les premiers jours de la mobilisation sociale a été « le travail est un droit, oh bande de voleurs ! ». Ce slogan a été stratégiquement choisi par les militants pour propager la contestation au-delà de la ville de Sidi Bouzid. D'après Lamine Bouazizi, natif de cette ville, syndicaliste et militant politique, la

¹ La vidéo du rassemblement de la population de Sidi Bouzid devant le Gouvernorat réalisée à partir d'un téléphone portable a été diffusée le soir même sur Aljazeera et le 20 décembre sur France 24.

stratégie d'influence adoptée pour toucher de façon virale l'opinion a été de propager sur le web et dans les médias étrangers le désespoir des jeunes diplômés au chômage livrés au suicide¹. Mais, ajoute-t-il, cette stratégie est l'aboutissement d'un travail de terrain qui a duré plus de deux ans avec la population de cette région du centre-ouest du pays. Un noyau syndicaliste très actif s'est constitué et s'est organisé de manière quasi secrète pour canaliser la colère populaire montante. Il a cassé le mur de la peur dans l'esprit des gouvernés. Dans un pays où « le régime occupe son peuple », poursuit-il, un sit-in était systématiquement organisé quelque soit la cause afin de résoudre des problèmes de la vie quotidienne que rencontrent les citoyens.

Pour amplifier cet activisme sur le terrain, les militants se sont exercés à l'usage des nouvelles techniques de l'information et de la communication. L'espace virtuel, considéré comme un espace échappant peu ou prou à la surveillance, est devenu pour ces militants le lieu d'organisation secrète de débats suivis d'actions sur le terrain. Des liens d'amitié ancienne relient les militants de cette région depuis l'université mais aussi des relations virtuelles se sont créées avec des militants, des syndicalistes en Tunisie et à l'étranger et des jeunes des quartiers pour gagner la confiance de la population locale. C'est pourquoi les militants du Gouvernorat de Sididi Bouzid étaient dès le lendemain du 17 décembre prêts pour une action de grande ampleur en commençant par la création spontanée et publique de cellules d'actions comme le « Comité pour la citoyenneté et la défense des victimes de la marginalisation » qui préfigure le début d'un *Story-telling* médiatique allant crescendo au fur et à mesure que les troubles gagnent les villes avoisinantes comme Mekkassy, Manzel Bouzayen puis Kasserine et Thala.

Ces initiatives sur le terrain à l'endroit de la population locale, soutenues par une élite ayant acquis un savoir-faire « médiatique », s'accordent avec d'autres initiatives citoyennes conduites par des blogueurs dans l'espace virtuel pour défendre la liberté d'expression et l'arrêt de la censure sur l'Internet. La campagne « Nhar ala Ammar » (impitoyable journée pour Ammar [le censeur]) organisée par les internautes tunisiens est la somme d'une collaboration d'un groupe de travail sur la plateforme *Google* qui a tenté d'associer le mouvement de protestation virtuelle à des actions sur le terrain. Bien que constitué d'une majorité de blogueurs, certains de ses membres sont acquis à l'action militante, notamment au sein de l'université et de la société civile. Prolongeant l'action contestataire conduite depuis quelques années, notamment par la Diaspora sur la toile (Lecomte, 2009), les initiatives prises par le groupe, à la suite de l'échec à Tunis de la manifestation du 22 mai 2010, ont cherché à transformer la question de la censure du Net en un problème politique qui touche l'ensemble du système. C'est la stratégie proposée par Malek Khadraoui, blogueur et administrateur du site collaboratif Nawaat, à ce groupe. Selon lui, « *La censure en Tunisie découle d'une politique totalitaire globale dont elle est l'un des piliers. Toucher à la question de la censure c'est comme toucher aux questions de l'indépendance de la justice ou la gestion des biens publics : c'est toucher le cœur du système. Demander la fin de la censure c'est demander la fin du régime* »². Les tactiques adoptées consistaient à appuyer le savoir-faire technique dans l'usage des Technologies de l'information et la communication pour toucher l'opinion et transformer la question de la censure en un débat national « *Nous aurons pour armes le Story-telling, le Marketing, l'Action citoyenne, la Communication et la Créativité* », ajoute un autre activiste du groupe³. Ainsi, sont proposés l'organisation de Flashmobs, la médiatisation de la contestation dans les médias classiques grâce aux journalistes amis et connaissances, l'élaboration de produits dérivés (des T-shirts), la production d'affiches et d'autocollants, le tag des murs et des trottoirs qui s'ajoutent à des actions dans l'espace virtuel comme la production de vidéo, le *livestreaming* et l'intention d'impliquer les réseaux *Facebook* et *Google* dans l'opération de médiatisation et de pression sur le pouvoir politique. On notera par ailleurs l'importance et le dynamisme des « créatifs » dans les équipes qui se sont constituées ainsi que la présence de membres ayant des relations plus ou moins directes avec les chaînes d'information internationales comme Aljazeera et

¹ Déclarations tenues lors d'un entretien en arabe accordé à l'émission *Netshow* « Les vrais blogueurs de la révolution » diffusée le 18 décembre 2011 sur la chaîne de radio Express FM, www.radioexpressfm.com/podcast/show/les-vrais-blogueurs-de-la-revolution

² Les archives du groupe sur Gmail, groups.google.com/group/nhar3la3ammar/browse_theard/theard/

³ op. cit.

France 24. La création numérique (vidéo, clips et affiches contestataires) et sa médiatisation sur les réseaux sociaux seront quelques mois plus tard l'une des « armes » importantes de la visibilité locale et internationale du mouvement social tunisien. Les plateformes numériques, notamment *Twitter* et *Facebook*, favoriseront le contact entre les deux catégories d'acteurs, c'est-à-dire entre les militants et syndicalistes de base qui s'exercent aux technologies de la communication et les cyber-citoyens qui s'exercent à l'action politique, auxquels se sont joints les journalistes des médias étrangers venant à la pêche aux informations.

Des militants et cyber-activistes « armés » de leurs caméra-phones

La médiatisation du mouvement social tunisien sur les plateformes des réseaux sociaux et sur les écrans des chaînes de télévision étrangères était basée dès les premières heures du mouvement sur les vidéos produites par des témoins de la protestation sociale et de sa répression violente. Ce sont d'abord des militants syndicalistes outillés de leurs téléphones mobiles qui ont propagé les premières images de la contestation à Sidi Bouzid, devant le siège du Gouvernorat. Des actifs sur le terrain du militantisme, ayant appelé et participé à la mobilisation, ont fait circuler les contenus visuels grâce à des liens parfois d'amitié ou à des connaissances virtuelles via les réseaux. C'est le cas du syndicaliste Slimane Rouissi, l'un des « observateurs » de France 24, qui a fourni aux chaînes françaises les premières images amateurs de la contestation¹. Des rapports d'activisme déjà anciens relient aussi militants, blogueurs et journalistes d'Aljazeera². Des cellules spontanées se sont constituées rapidement via les réseaux de communication. Lorsque le premier mort tombe sous les balles le 24 décembre à Manzel Bouzayen, une localité voisine, un militant et syndicaliste qui avait observé une grève de la faim en octobre 2010, prend rapidement contact par téléphone avec l'Agence France Presse grâce à un carnet d'adresses des médias étrangers fourni par un journaliste du journal *Al Mawkif*, l'organe du Parti d'opposition PDP. Ce qui est à souligner ici est que la production des images amateurs des militants et activistes sur les réseaux n'a pas surgi de nulle part et que dans cette étape du mouvement social ce sont d'abord des militants syndicalistes et politiques qui se sont emparés des technologies mobiles et des réseaux sociaux pour diffuser, faire partager l'information et influencer l'opinion. C'est l'une des tactiques choisies pour contourner la surveillance et la répression afin d'alerter l'opinion.

Au fur et à mesure que les images et les vidéos se propagent dans l'opinion, les pratiques de production de contenus visuels amateurs s'étendent et se « banalisent ». Lorsque la mobilisation sociale soutenant le mouvement social de Sidi Bouzid s'élargit pour toucher la capitale Tunis et les villes côtières, un lot important de photos et vidéos produites par des blogueurs, des syndicalistes et de simples citoyens s'inventant « reporters d'images », inondent les pages *Facebook* et *Twitter* à partir desquelles les médias internationaux, aidés par des cyber-activistes relais, vont nourrir l'actualité de leurs journaux d'information. Les créations des activistes tunisiens sont échangées et partagées grâce à plusieurs procédés : de l'envoi de *MMS* à la technologie *bluetooth* entre téléphones portables jusqu'au transfert via le *Flash Disque* et la carte mémoire. Elles sont téléchargées et font l'objet d'une appropriation individuelle sur le Net.

Les dispositifs mobiles ont permis aux citoyens de devenir des acteurs politiques et médiatiques mobilisés à l'écart des organisations officielles traditionnelles³. Comme l'affirme Olivier Blondeau, « les technologies de mobilité contribuent [...] à faire sortir les médiactivistes dans la rue » (Blondeau, 2007, p. 198). C'est le cas des syndicalistes mais aussi des blogueurs de la

¹ Le syndicaliste Slimane Rouissi collabore avec la chaîne de télévision France24 depuis le mois de Juillet 2010 comme l'un de ses observateurs en Tunisie, voir la rencontre avec le syndicaliste sur le site de France24, observers.france24.com/fr/content/20111216-connaissiez-vous-slimane-rouissi-l'homme-lance-revolution-tunisienne-sidi-bouzid-14-janvier

² Comme les relations qui existent entre le syndicaliste et militant Lamine Bouazizi, le journaliste d'Aljazeera Noureddine Aouididi et le blogueur et cyber-activiste Tarek Kahlaoui. Tous anciens animateurs d'une page sur *Facebook*, intitulée « Parlement virtuel ». D'après Tarek Kahlaoui, le journaliste de la chaîne qatari leur a accordé le « Green line » pour toutes les informations se rapportant à la mobilisation et à sa répression, Express FM, op. cit.

³ Les premières mobilisations des syndicalistes sont des initiatives proprement locales et ne répondaient pas à un appel de la part de la centrale syndicale UGTT.

capitale très actifs sur le Net comme Azyz Amami et Slim Amamou qui, munis d'un smartphone, témoignent de la manifestation du 27 décembre 2010 à Tunis répondant à l'appel des syndicalistes de la capitale (Lecomte, 2011). Depuis la tragédie de Sidi Bouzid en Tunisie et les manifestations populaires de soutien qui s'en sont suivies dans de nombreuses villes du pays, jusqu'aux interventions répressives violentes des forces de l'ordre, la majorité des images circulant sur le Net sont parties des téléphones portables. Le mobile a acquis pendant le mouvement social une telle ubiquité que l'on est en droit de questionner la place qu'occupent aujourd'hui les professionnels du journalisme dans de telles circonstances. Les vidéos amateurs ont été exploitées par les chaînes de télévision étrangères comme une source fiable et légitime pour couvrir les événements, mettant ainsi en position d'égalité journaliste et citoyen¹. Sur ce même niveau, nous pouvons aussi citer le cas de ce cyber-activiste tunisien qui, n'ayant aucun lien avec le journalisme, est devenu reporter pour la BBC. Au cœur de la manifestation du 14 janvier, il envoie depuis son téléphone mobile ce message « je passe en live sur BBC à 3 pm GMT pour transcrire ce qui se passe au centre ville! Soyez nombreux pour voir la vérité ! #TV7 #THF ».

Bataille informationnelle et réseaux relais

Si les Tunisiens se sont mobilisés pour filmer leur mobilisation et sa répression par la police, c'est pour générer une information « authentique » déjouant la désinformation que propagent les médias *mainstream* locaux. C'est en quelque sorte une bataille informationnelle que les activistes ont menée parallèlement à la mobilisation sur le terrain : médiatiser à grande échelle les faits qui se produisent dans l'ensemble du pays. Le téléphone mobile élargit donc le champ des produits informationnels. Tout déplacement, même pour des raisons professionnelles ou familiales, devient l'occasion pour observer, écouter, filmer et diffuser. En témoigne ce message d'un usager, de retour dans la capitale Tunis le 13 janvier, en envoyant une photo lors de son passage par l'avenue principale : « I passed by the main in my way back from the desert an hour ago and saw burned tires and checkpoints, no police all around ». La découverte de l'effet médiatique des images de violence perpétrée contre les populations du centre-ouest du pays après leur diffusion sur les chaînes étrangères, notamment Aljazeera et France 24, a largement contribué à la mobilisation de ces dispositifs de communication mobile pour fabriquer l'information et la propager massivement sur les plateformes numériques. Avec l'annonce des premiers morts, les réseaux ont permis de « faire franchir le mûr de la peur et d'augmenter la charge émotionnelle, de faire en sorte que ça devient insoutenable », précise la blogueuse Emna El Hammi². De ce fait, certains activistes, mais aussi de simples citoyens, ont sillonné les quartiers de la capitale et d'autres villes tunisiennes pour couvrir le soulèvement populaire et sa répression, au point que le reportage photos et vidéos est devenu une véritable activité en soi.

C'est une véritable substitution au travail qui devait être accompli par les médias locaux. Les activistes n'ont cessé de renvoyer ceux-là à leur propre défaillance, comme le confirment ces messages partagés sous *Twitter* critiquant le système médiatique : « we're sick of propaganda, very very sick », « traditionnel media abandon Tunisia to Twitter, youtube », « mais faites du live ! Envoyez des reporters sur place ! » et accusant les responsables des médias audiovisuels. Pendant que le régime tente de se maintenir à coup de programmes improvisés et discours télévisés menaçants, les dispositifs mobiles de certains activistes fournissent une information alternative en déjouant même les ruses de la propagande officielle. Par exemple, au moment où le journal télévisé de la chaîne tunisienne officielle TV7 réalise un micro-trottoir prenant pour cible des citoyens qui qualifient les manifestations populaires d'attaques contre la réussite du régime, une vidéo amateur nous parvient via le réseau social *Twitter* dans laquelle on perçoit une cité populaire de la capitale sous un nuage de bombes lacrymogènes et on entend des tirs de balles. En même

¹ Blog de Laurence Allard, « [MAJ] Tunisie, Egypte 2011 : Révolutions. Un. Point. C'est tout ! (Part one) : « Flash back sur la révolution tunisienne : mises en scène télévisuelles des vidéos mobiles ou la « télévision du peuple » dans les journaux télévisés français », www.mobactu.fr

² Propos recueillis à l'occasion d'une rencontre au Forum du journal Libération à Lyon, le 27 novembre 2011, www.forum-lyon-liberation.org

temps, on aperçoit le profil d'une personne âgée conversant avec le possesseur du mobile qui filme tout en la prenant pour témoin. Il lui dit : « Rit ya Hadja rit yoktlou fina » (vous avez vu, pèlerine, ils sont en train de nous tuer). Cet écart communicationnel et symbolique que révèle cette juxtaposition de deux produits informationnels en appelle un autre se produisant de manière synchronique entre les images de la chaîne officielle TV7 et une vidéo produite par une caméra-telephone. Alors que la chaîne tunisienne transmettait les manifestations de joie des Tunisiens à la suite des décisions libératrices annoncées par l'ex-chef de l'État dans son discours du 13 janvier, la vidéo amateur qui circule en ligne montre les voitures qui klaxonnent dans les rues en fixant l'objectif sur leurs plaques d'immatriculation. Une conversation est engagée entre celui qui filme et son accompagnateur qui affirment que ce sont toutes des voitures de location allouées par le régime pour servir sa propagande.

Cependant, ces photos et vidéos amateurs produites par les usagers du téléphone mobile n'auraient pas pu aboutir si n'y avaient pas été adossées des pratiques d'activistes relais s'exerçant presque au travail journalistique. À côté des reporters d'image, il y a des sélectionneurs et des vérificateurs amateurs engagés essentiellement sur le Net et en lien avec les journalistes des médias étrangers. Il y a eu en ce sens un phénomène de réciprocité et de convergence dans les intérêts des différents acteurs de cette médiatisation. D'une part, des activistes et militants qui cherchaient l'appui de l'opinion publique internationale à partir des médias transnationaux et d'autre part des médias internationaux qui étaient à l'affût des informations issues du terrain et recueillies par des témoins s'improvisant correspondants. Entre les deux, des plateformes de mise en lien ont existé, explique Malek Khadraoui. Al-jazeera et France 24, dit-il, « ont compris qu'il fallait tout de suite aller vers cette nouvelle forme de collecte de l'information qui étaient les réseaux sociaux. Très vite, d'ailleurs, il y a eu des sortes d'intermédiaires en Tunisie entre justement ce qui se passait sur le terrain et Aljazeera. Le site que je codirige a été un de ces intermédiaires. On a travaillé avec Aljazeera très tôt pendant les événements. On les aidait à valider, par exemple, à identifier des vidéos, à les mettre dans leur contexte et aller même les chercher. Après, eux-mêmes ont commencé à faire leur travail. Les médias qui ont compris l'intérêt de l'interactivité avec les réseaux sociaux (...) ont été ceux qui ont pesé sur les événements »¹.

Ce travail de collecte de vidéos, de leur vérification et de leur diffusion, que certaines analyses nomment « curation » (Lecomte, 2011), a été aussi celui du collectif « Wikelat anbae taharouket acheraa attounisi » (Agence de presse sondant le mouvement de la rue tunisienne) qui a aussi collaboré avec la chaîne qatari Aljazeera, notamment après les événements de Thala et de Kasserine, c'est-à-dire autour du 8 et 9 janvier. L'un des membres de ce collectif prétend que les citoyens réunis dans ce groupe ont réalisé un travail de collecte, de vérification et de validation comme de vrais professionnels de l'information². Certains collectifs se chargeant de la collecte de l'information et de sa diffusion sur les réseaux sociaux ont pu, grâce à leur présence sur *Twitter*, avoir des contacts avec des journalistes étrangers via des militants des pays étrangers. C'est par exemple le cas du groupe qui s'active sous le nom de SBZ_news qui nous a dit : « Depuis qu'on a créé le compte de twitter le nombre de ceux qui nous suivaient a augmenté et certain d'entre eux étaient des activistes et des journalistes. Mais le premier contact était avec un journaliste de *Newsweek* ; c'était grâce à une militante égyptienne qui nous a aidé à restaurer la page de Facebook après avoir été piratée. Elle était un membre de « 6 April youth movement »³.

C'est donc sous cette forme totalement amateur de l'information dans son aspect notamment iconographique que les médias étrangers et en particulier les chaînes de télévision transnationales ont réussi à pourvoir leurs rubriques internationales par des images issues du terrain et à atteindre par conséquent l'opinion à l'intérieur comme à l'extérieur de la Tunisie.

¹ Propos recueillis à l'occasion d'une rencontre au Forum du journal Libération à Lyon, le 27 novembre 2011, op. cit.

² Blog de Tarek Kahlaoui, « A Brief Account of the Tunisian Revolution's Media Branch, open.salon.com/blog/tkahlaoui/2011/01/20/ »

³ Propos recueillis à partir d'un contact en ligne avec un membre de ce collectif, janvier 2012

Lorsque l'on tente d'étudier les usages des Tic, il nous semble important de les situer dans leur contexte précis, qu'il soit économique, politique ou médiatique. La recherche ne gagnerait en profondeur que lorsque l'on s'éloigne des généralités et des concepts-valise pour se rapprocher de la réalité des pratiques en les contextualisant. Pour cela, nous n'avons pas choisi dans ce texte de traiter de la médiatisation du mouvement social tunisien de manière abstraite et « délocalisée » mais nous avons recherché à mettre en synergie les pratiques de la téléphonie mobile, celles observées sur le Net et exploitées par les chaînes de télévision étrangères avec l'activisme traditionnel émergeant du terrain.

Le fait de relier la mobilisation dans l'espace virtuel à la réalité de l'espace urbain relativise d'une manière générale la portée de l'activisme numérique, sans pour autant le disqualifier. C'est par ce qu'il y a eu des militants mobilisés dans les villes du centre-ouest puis dans les villes côtières qui ont pris sur le vif les images des centaines de morts et de blessés au péril de leur vie que la mobilisation sur les réseaux relayée par les chaînes de télévision étrangères a pu prendre de l'ampleur de manière presque virale. C'est ce que confirment les propos de ce syndicaliste de Sidi Bouzid : *« Quand je parle des militants politiques et syndicalistes qui ont lancé le mouvement, je fais référence à un groupe qui ne dépasse pas 50 personnes, mais qui avait une grande capacité de mobilisation. Nous avons acquis une crédibilité auprès des habitants et nous étions écoutés quand on appelait à des actions militantes. Au sein de ce groupe d'une cinquantaine de personnes, il y avait bien sûr des leaders, qui se comptent sur les doigts d'une seule main. J'en faisais partie. Il y a beaucoup de choses à dire sur la véritable manière avec laquelle nous avons mené cette révolution, comme par exemple sur la façon dont nous sommes parvenus à élargir notre champ d'action et ne pas le cantonner à Sidi Bouzid. Nous avons par exemple encadré les jeunes et leur avons conseillé de se mobiliser de nuit. Mais nous ne pouvons pas encore tout révéler. Les forces contre-révolutionnaires sont encore là et il faut rester prudent. Le ministère de l'Intérieur n'a toujours pas été réformé et les snipers du RCD sont toujours en liberté. Nos noms sont peut-être méconnus du grand public, mais la police politique elle nous connaît très bien »*¹.

Cette déclaration aussi succincte soit-elle décrivant la manière dont les militants ont agi rapidement pour faire propager le mouvement et faire circuler l'information montre aussi que, pour amplifier le mouvement, l'usage des techniques de la communication, en particulier le téléphone en lien avec le Net, sont des tactiques d'acteurs dominés par un système autoritaire et répressif. Les activistes savent pertinemment que leurs conversations sont écoutées, que leur position géographique peut-être localisée à partir de l'usage d'un smartphone et que leurs données personnelles sont récupérées par la police politique à des fins de répression. Les autorités ont maintes fois cherché à museler les prises de parole, aidées par des entreprises européennes, puis, par les administrateurs des plateformes numériques. C'est le cas par exemple de Travicor GmbH, basée en Allemagne qui a fourni la technologie nécessaire à l'interception de la voix et données transitant sur les téléphones mobiles ou encore de l'entreprise ETI A/S, basée au Danemark, qui a permis à l'organe de surveillance d'intercepter les données des mobiles qui sont utilisées pour recueillir des informations sur les activités en ligne, y compris les correspondances par e-mail². Mais ce qui nous semble encore problématique et qui doit être questionné est que la fuite d'un dirigeant politique n'a pas freiné la poursuite des manœuvres liberticides qui sont parfois cautionnées par une partie de la société civile. Cela relativise non seulement le rôle des Tic dans l'ampleur que peuvent prendre les mouvements sociaux dans l'espace virtuel mais limite aussi leur capacité intrinsèque à assurer la norme démocratique. Le questionnement des rapports de force sociaux (Ferjani, 2011) dans le long terme nous semble la piste la plus adéquate car on ne peut soustraire les pratiques individuelles et collectives de contestation dans l'espace numérique des

¹ Propos recueillis par Julien Pain et Sarra Grira, publiés sur le site de l'émission « Les Observateurs » de la chaîne de télévision France 24, op. cit.

² Voir l'enquête complète réalisée par Silver Vernon, « Post-Revolt Tunisia Can Alter E-Mail With "Big Brother" Software », 13 décembre 2011, bloomberg.com/news/2011-12-12/. Le texte est traduit en français et accessible sur le site www.fhimt.com

contraintes structurelles au sens que leur donne Bernard Miège. Les mouvements de l'espace public écrit-il « ne surgissent pas seulement des initiatives individuelles, ils s'inscrivent dans un réseau de contraintes structurelles et de limites qui leur sont assignées (...). Au rang des contraintes structurelles, on reconnaîtra aisément celles opposées par l'absence de liberté d'expression, d'association, etc., le contrôle politique étroit mais aussi la diversification sociale et culturelle, l'ouverture culturelle... » (Miège, 2010, p. 208). Ces contraintes structurelles qui animent les acteurs ne sont pas entendues comme des cadres qui figent l'action des individus ou qui la façonnent d'une manière ou d'une autre mais dans le sens interactionnel dans lequel il existe des lieux de passage et d'induction réciproques.

Bibliographie

- AUBERT A., 2011, « Commercialiser les images amateurs dans le domaine informationnel : vers une redéfinition des stratégies agencières », Communication au Colloque, *Journalisme et questions sociétales au prisme des industries culturelles*, Groupe de Recherche sur les Enjeux de la Communication, Echirolles-Grenoble 26 et 27 mai
- BLONDEAU O., 2007, *Devenir Média. L'activisme sur Internet entre défection et expérimentation*, Amsterdam, 381 p.
- CARDON D. & Granjon, F., 2010, *Médiactivistes*, Presses de Sciences Po, 147 p.
- CARDON D., 2010, *La démocratie Internet. Promesses et limites*, Seuil, 102 p.
- CASTELLS M., 2011, « Ni Dieu ni Maître : les réseaux », *Conférence*, Fondation MSH, vidéo en ligne, www.archivesaudiovisuelles.fr/2142
- ESTIENNE Y., 2007, *Le journalisme après Internet*, L'Harmattan, 313 p.
- FERJANI, R., 2011, « Révolution et contre-révolution en Tunisie : le virtuel miroir du réel », in Dossier « Monde arabe : les révolutions n'ont pas eu lieu », *INA-MédiaMorphoses, Médias n°30*, Automne 2011, pp. 79-82
- FLICHY P., 2010, *Le sacre de l'amateur. Sociologie des passions ordinaires à l'ère numérique*, Seuil, 97 p.
- LECOMTE R., 2009, « Internet et la reconfiguration de l'espace public tunisien : le rôle de la diaspora », *Tic et Société*, vol. 3, n° 1-2, en ligne <http://ticetsociete.revues.org/702> consulté le 23/04/2011
- LECOMTE R., 2011, « Révolution tunisienne et Internet : le rôle des médias sociaux », *L'Année du Maghreb*, VII, pp. 389-418
- MIEGE B., 2010, *L'espace public contemporain*, PUG, 221 p.
- MOROZOV E., 2011, *The Net delusion. The dark side of Internet freedom*, PublicAffairs, USA, 409 p.
- MOROZOV E. (Interview), 2011, « Le Net, instrument de libération et d'oppression », *Libération*, 5 mars 2011
- REBILLARD F., 2010, « Le journalisme participatif, un maillon dans la chaîne numérique de l'information d'actualité », in MILLERAND F., PROULX S., RUEFF J., *Web social – Mutation de la communication*, PUQ, pp. 353-365

Street-Tahrir : scripts citoyens et miroirs numériques

François Huguet <francois.huguet@telecom-paristech.fr>

Telecom ParisTech - CoDesign Lab & Media Studies

Travailler sur les enjeux de la peinture murale et ses perspectives, sur différents systèmes de signes graphiques matérialisant une langue écrite permet d'appréhender d'une manière différente des situations de communication et des phénomènes socioculturels contemporains. Dans le cadre de cette étude, nous nous attachons à analyser les rapports qui existent entre le surgissement récent d'écritures publiques contestataires en Égypte et le rapport aux NTIC des publics égyptiens (durant la révolte de 2011). Les relations qui s'établissent entre écriture, action, cognition et médiatisation révèlent pour nous les manières dont l'écrit est constitué en ressource cognitive pour agir, coordonner une pensée et transmettre de nouvelles formes d'« agir politique » aux spectateurs-acteurs d'une révolution. Les « écrits de Tahrir » tels que nous pouvons les saisir sur le web peuvent, selon nous, apparaître comme les témoins de changements à la fois dans les rapports des publics aux TIC mais aussi dans leurs rapports à leurs référentiels politiques actuels et passés.

« L'efficacité littéraire, pour être notable, ne peut naître que d'un échange rigoureux entre l'action et l'écriture ; elle doit développer, dans les tracts, les brochures, les articles de journaux et les affiches, les formes modestes qui correspondent mieux à son influence dans les communautés actives que le geste universel et prétentieux du livre. Seul ce langage instantané se révèle efficace et apte à faire face au moment présent. » (Benjamin, 1978 [1928] p.139)



Crédit photo: John Wreford

Dans un contexte où l'on pense beaucoup le rapport à la ville numérique et à ses infrastructures d'information et de communication, la médiatisation des « événements d'écritures » (Fraenkel, 2002) à l'œuvre au Caire depuis le début de la révolution, qui s'est ouverte en janvier 2011, nous rappellent les caractères fondamentaux de l'espace urbain : un espace complexe, parfois désordonné, mais intrinsèquement libre, public et partagé. Depuis cette date effectivement, on a vu apparaître sur les murs de la capitale égyptienne un ordre graphique dans lequel des acteurs engagent un mouvement de résistance qui passe à la fois par la représentation picturale et par

l'écriture. Ces « écrits de Tahrir »¹ dont le public occidental a pu prendre connaissance dans les médias, notamment au travers des réseaux sociaux², introduisent d'abord une rupture dans l'histoire de l'espace urbain égyptien ; ils incarnent une parole citoyenne libérée, dans des lieux orphelins depuis de nombreuses années, d'une certaine « voix » issue de la société civile. Ils font ensuite et soudainement leur apparition sur le web³ (Huguet, 2009). Couplés à leurs reflets ou à d'autres productions médiatiques sur Internet (blogging, microblogging, discussions sur forums, réseaux sociaux, etc.), ils enclenchent au sein du monde arabe contemporain une mécanique complexe, succession d'actes articulés les uns aux autres qui fabriquent des situations d'échanges et de communication inédites (Gonzalez-Quijano, 2011) dont celle de s'adresser à la fois aux autres acteurs de la révolution égyptienne, au quidam mais aussi et surtout : aux publics et générations « digitales » concernés par la situation politique égyptienne, par les révolutions au Maghreb, au Mashreq, dans la péninsule arabique et/ou par les événements de la *Puerta del Sol* à Madrid et l'occupation de *Wall Street* à New York.

Ces écrits plus ou moins éphémères, rendus pérennes dans l'espace numérique (avec la création de véritables bibliothèques virtuelles et collectives de ressources iconographiques et scripturales⁴), affirment publiquement l'existence d'une communauté politique qui ne se reconnaît plus dans ses représentants, ni dans ses médias, et qui n'entend plus les laisser porter leur(s) parole(s). Utilisant différents langages (arabe, anglais, français, arabzi⁵ mais aussi symboles graphiques) les acteurs de la révolution égyptienne entendent s'adresser au monde pour lui signifier qu'une nouvelle forme de contrat social émerge dans leur pays et qu'il est le fait d'une volonté citoyenne. Nous analyserons ici les processus d'émergence de l'expression civile égyptienne qui se montrent particulièrement critiques avec l'ancien régime autoritaire.

Ces différents éléments problématiques seront abordés ici dans une approche communicationnelle basée à la fois sur la question de la circulation (Jeanneret, 2008) et sur celle de l'analyse des phénomènes culturo-politiques actuels du monde arabe (Gonzalez-Quijano, 2011). Dans un premier temps, nous nous intéresserons à la performativité des écrits de Tahrir en basant notre étude sur le corpus photographique et les traductions des scripts en arabe de l'ouvrage de El Zein et Ortiz (2011) et sur celui de John Wreford⁶. Nous montrerons ensuite de quelle manière la médiatisation de ses écrits révèle des permanences et des ruptures au sein des processus de communication et des usages des technologies de l'information et de la communication (TIC) chez le public égyptien. Enfin, dans une dernière partie, nous montrerons quelle est selon nous la *praxis*⁷ de cet événement d'écriture particulier au sein de la révolution égyptienne. Il s'agit ici d'appréhender la place Tahrir non pas uniquement comme un lieu d'exposition de formes d'écritures dialogiques, mais comme le lieu de naissance d'un basculement socioculturel au sein des publics arabes, un espace de mise en forme d'un nouveau rapport aux médias voire d'un nouveau discours politique « arabe ».

¹ Nous regroupons sous l'appellation « écrits de Tahrir » l'ensemble des productions picturales et scripturales en présence dans la capitale égyptienne et liées à la révolution de 2011. Le mot « Tahrir » renvoie à la place centrale du Caire (Traduction (ar/fr) - Midan Tahrir : Place de la Libération).

² Twitter, Facebook et Flickr en sont les principaux exemples.

³ Exception faite des événements de Mahalla Al-Kubra (2007), des mouvements du 6 avril, de *Kifaya* et du groupe Facebook « We are all Khaled Saïd » (créé en 2010) administré par Wael Ghoneim, responsable du marketing de la société Google dans le monde arabe.

⁴ Pour cette étude, nous nous sommes principalement appuyés sur le travail de John Wreford, photjournaliste anglais basé à Damas et sur l'ouvrage *Signs of the Times : The popular literature of Tahrir Protest Signs, Graffiti, & Street Art* dirigé par Rayya el Zein et Alex Ortiz et publié par ArteEast en avril 2011.

⁵ Par « arabzi », nous entendons une forme d'arabe écrit composé à partir de caractères de l'alphabet romain et de chiffres arabes « occidentaux ».

⁶ <http://wreford.photoshelter.com/portfolio> [dernière consultation le vendredi 10 mai 2019].

⁷ Nous employons le terme de *praxis* pour désigner l'action sous tendue par une idée vers un résultat pratique, une activité humaine susceptible de modifier les rapports sociaux et/ou le milieu naturel.

Dans cette première partie, nous allons montrer que la révolution égyptienne en cours peut s'étudier au travers des formes d'écritures populaires, (il)licites, éphémères, commémoratives¹ qu'elle a engendré depuis le 25 janvier 2011 et que nous pouvons qualifier d'écrits d'action.

Messages polygraphiques et polyphoniques

Depuis une enquête menée à New York en septembre 2001 par Béatrice Fraenkel (2002), les concepts d'événement d'écriture et de *fièvre scripturaire* permettent d'appréhender des situations de communication singulières. Lors d'un événement d'écriture, les relations entre scripteurs et lecteurs évoluent pour passer d'un mode de présence des uns avec les autres, en face à face, à un mode de présence de la contiguïté. En d'autres termes, les passants-lecteurs sont sollicités individuellement ou collectivement mais tous à la fois par des écrits d'action nombreux qui ont pour fonction d'agir sur le public ; l'informer, dénoncer, commémorer des événements ou des personnes, honorer, convaincre, reconforter, susciter une émotion particulière (rire, honte, colère, sentiment de fraternité, de patriotisme) (El Zein R. & Ortiz A., *ibid.*). Sur la place Tahrir en 2011, il ne s'agit pas, comme à New York après le 11 septembre 2001, de répondre à la ruine d'une partie de la ville, mais plutôt de répondre à une ruine d'une partie de l'histoire égyptienne moderne via un système graphique particulier : une écriture qui emprunte des signes à différentes langues et qui se mêle aux fresques murales (produites par des individus isolés ou parfois réalisées collectivement), aux pochoirs, aux écriteaux de manifestations, etc. Ces différentes formes d'écritures, plus ou moins stylisées, produisent un effet assez rare : l'impression qu'un sujet unique et monumental s'exprime, que la ville² prend consistance au travers de ces manifestations diverses (photos de El-Hamalawy « Free people » p.11 et de Carr « The youth will carry you out with their hands » p.11 *ibid.*). Ce sujet monumental fait de pancartes, de murs, de routes, de tissus, de goudron, et même d'êtres humains fait saillir une autre dimension fondamentale de l'espace urbain : sa dimension politique qui n'était jusque-là, au Caire, investie que par une dimension pseudo-politique de commémoration du nassérisme et du rôle de son armée. L'espace public d'échange et de communication ainsi réaménagé « montre à chacun qu'il appartient au même corps, à la même entité qui l'englobe et que chaque scripteur, chaque lecteur, parce qu'il produit cet espace, réaffirme sa qualité de citoyen » (Fraenkel 2002). C'est en ce sens que l'on peut parler de messages polyphoniques et polygraphiques (sur les langues en présence au Caire voir photos de Wreford, Raof et Lotan p. 22, 23, 24, 35, *ibid.*). Mais au-delà des caractéristiques que nous venons d'évoquer, les écrits de la place Tahrir, qui ont surgi dès janvier 2011, à la fois dans la capitale égyptienne et sur les écrans d'appareils électroniques communicants, interrogent d'une manière nouvelle les usages et les pratiques des NTIC des publics égyptiens. Ils ont esquissé une nouvelle forme de langage qui est celle de la génération « indignée » des *digital natives* dont font partie des *street artist* comme Ganzeer et Kaizer, qui trouvent dans la rue un lieu « où leur parole précisément est, non pas monologue d'un créateur, fût-il génial, mais [un lieu où s'installe un] dialogue avec le public, [un] échange là où précisément la notion d'auteur n'est pas concevable » (Gonzalez-Quijano, 2011).

Énoncés, actions et publicisations

Le rituel d'écriture que nous observons ici au travers de ses médiatisations apparaît donc comme un acte de langage (nous laissons volontairement de côté une analyse esthétique de ces images). L'exemple le plus probant est celui de la formule tant usitée de « dégage » « go out – game over » « er7al » (« dégage » en arabzi, le « 7 » correspondant au « H » aspiré) et qui peut s'entendre comme une injonction - exhortation (Raof p.8, 18, 24, Kodak Agfa p.10, Carr p. 16, *ibid.*). La plupart des scripts présents lors des manifestations et même après le départ de Moubarak (le 11 février 2011) relèvent de la catégorie des exercitifs comme la nomme Austin : « Il y a exercitif

¹ Presque « funéraires » dans le sens où l'on a pu observer des photographies de véritables autels, sanctuaires de mots en hommage aux martyrs (*shahid*) morts pendant le soulèvement.

² Employée au sens de *polis*, cité-Etat, communauté de citoyens libres et autonomes.

lorsque l'on formule un jugement (favorable ou non) sur une conduite ou sa justification. Il s'agit d'un jugement sur ce qui devrait être plutôt que sur ce qui est : on préconise ce qui devrait être plutôt qu'on apprécie une situation de fait » (Austin, 1970). Le slogan, « dégage » écrit en arabe, anglais, français, allemand, espagnol et portugais sur la même pancarte (Raouf, 1er février, p.24, *ibid.*) présente à la fois un énoncé et une action. Il est *acte d'écriture* car il correspond à une scription, et il est *acte de langage* car cette scription affecte l'énoncé d'une valeur spécifique. Le manifestant qui tient la pancarte dont il est question, celui qui peint ce slogan sur un mur, sur son front, ses mains ou sur un quelconque support, remodèle par son écrit l'espace public comme un espace d'influence. Mais il le fait à partir de Tahrir, centre d'expression graphique et de création de discours révolutionnaire, lieu collectif et sans leader où se réalise l'acte de langage, mais également espace modifié par toutes ces inscriptions révolutionnaires (exemples traduits de l'arabe : « un peuple, un engagement », « Mon nom est Khaled Saïd¹ », « Dégage crétin, toi le lourdaud, toi l'imbécile », « Nous te haïssons », « Nous voulons la dignité et non la subsistance de la torture », p. 2-13, *ibid.*).

Cet acte de langage polylingue, de fait quasi inexistant avant 2011, est l'élément problématique qui nous a amenés à cette réflexion. Parce qu'ils sont traduits, « pensés » et inscrits dans d'autres langues que la langue officielle égyptienne (l'arabe), mais surtout parce qu'ils font l'objet de médiatisations qui permettent à un public très large d'en prendre connaissance via la télévision et Internet, on peut faire l'hypothèse que ces actes de langage, témoins d'un dialogue entre acteurs de l'espace urbain et de l'espace politique sont aussi dialogiques envers les audiences du web mondial. Ils réactualisent également le concept d'espace public fondé par Habermas (1978), « processus au cours duquel le public constitué d'individus faisant usage de leur raison s'approprie la sphère publique contrôlée par l'autorité et la transforme en une sphère où la critique s'exerce contre le pouvoir et l'État ». La partie suivante présentera les aspects réflexifs de cette médiatisation.

Compétences médiatiques et médiatisations des compétences

Dans cette deuxième partie, nous allons voir que la médiatisation publique des écrits de Tahrir met en avant plusieurs compétences communicationnelles particulières.

Miroirs et reflets

L'utilisation du concept de réflexivité en sciences de l'information et de la communication n'est pas chose nouvelle (Quéré, 1992). L'associer à celle de l'espace médiatique généré par Internet pose néanmoins de nouvelles formes d'interrogations. Un « miroir » est censé mettre en lumière des choses, des objets, des personnes. En tant qu'espace réflexif, il ne le multiplie pas en surface, mais l'agrandit et le rend multiple dans sa perception. Concernant les écrits de Tahrir et leurs médiatisations au travers de *Facebook*² par exemple, on observe précisément ceci : un « agrandissement » de ces écrits, une augmentation de leurs significations et de leurs forces de suggestion, les rapprochant en quelque sorte de l'hypertexte utilisé dans des documents informatiques. Comme nous le disions précédemment, l'acte de langage des manifestants est à la fois pensé dans sa dimension performative *in situ* et dans son reflet médiatique, son « image » sur le web et ce qu'elle donne à voir, à lire et à entendre à d'autres audiences. Chaque lecteur peut « discuter » les écrits en étant ou pas sur la place Tahrir (commentaires *Facebook*, partage et circulation via *Twitter*, *You Tube*), chaque texte fournissant non seulement des éléments sémantiques de compréhension, mais aussi des indices contextuels de son genre et donc de la lecture qu'il faut en avoir (Dupret, Ferrié, 2008). Ces écrits se rapprochent ainsi d'une nouvelle forme d'écriture du journalisme où règnent trois principes : hypertexte, navigation et interaction

¹ Khaled Mohammed Saïd est un égyptien de 26 ans qui fut tué en juin 2010 à Alexandrie par la police égyptienne à la sortie d'un cyber café. Il peut être considéré comme un des symboles de la révolution égyptienne de 2011, sa mort avait effectivement entraîné de grandes mobilisations au Caire et à Alexandrie dès 2010.

² Page communautaire « Revolution graffiti » : <https://www.facebook.com/GraffitiEgypt>

qui constituent « l'édifice conceptuel le mieux à même de garantir une utilisation optimale des réseaux » (Agnès, 2002). Tahrir et ses scripts en miroir sur Internet, via ces écrits polylingues contestataires « augmentés », correspond à un support de diffusion de la pensée de la révolution égyptienne, à une forme de communication *urbi et orbi*¹ et à un doublement sémantique des écritures qui permet au lecteur de prolonger cette thématique de réappropriation de l'espace public d'échange et de communication, de sa perpétuation, de son élargissement et de sa fragmentation. Les aspects polylingues des écritures sont autant de reflets qui permettent de pointer une crise de la représentation politique, mais ils sont aussi édifiants sur les considérations générales que l'on pourrait avoir sur une *rue arabe numérique* et sur le tribunal permanent du politique qu'offriraient les nouveaux outils du Web social couplés à une réalité « visible » présente dans l'espace public.

Images et langues de l'antimédiation

L'espace dans lequel nous pouvons apercevoir le reflet de ces écritures, le Web, reste le lieu du trop-plein d'images, de l'image noyée qui perd son influence face à une surabondance de la représentation. Média de l'antimédiation (sans intermédiaire), réorganisateur de la hiérarchie des contenus, de la vitesse de défilement de l'actualité et de l'orientation des échanges, Internet produit de nouveaux codes de circulation, d'accréditation et d'intervention (Huyghe, Merzeau, 2011). Les écrits de Tahrir que nous pouvons analyser et lire grâce à nos corpus et aux éléments postés sur le mur Facebook du groupe « Revolution graffiti » nous rappellent, toutefois, qu'un nouveau régime d'images est capable de s'imposer face aux médias classiques, celui de l'inter-dit selon Rabih Mroué² (du *urbi et orbi* pour reprendre la métaphore papale précédente). L'image digitale des écritures et des langues de Tahrir se fait le lieu d'une résistance située sous l'œil du monde entier, elle se fait image alternative d'un système établi de représentation politique, réappropriation d'un espace qui était totalement tombé en désuétude : le lieu public égyptien. Enfin, elle est un contre projet face au monde hiérarchique du pouvoir national. Les écritures de la place centrale de la révolution égyptienne appartiennent à tous les manifestants, à l'ensemble du public de Tahrir mais aussi à ceux qui « croient » en ces événements et qui en ont connaissance à travers la médiatisation de ces écritures. Les termes d'adresse qui leur sont destinés dans différentes langues leur permettent de comprendre les slogans, de saisir l'idiome qui se parle sur la place (Kodak Agfa, « Peoplebook », p.23 ; Raoof, « Thanks Tunis », p. 35, *ibid.*). Ces graffitis de la révolution, ces « narrations » des événements de Tahrir témoignent selon nous d'un véritable processus de ré-assemblage de la langue arabe (Gonzalez-Quijano, 2011) et de la création d'une nouvelle forme de communication qui passe par le geste ancestral de l'écriture, mais aussi par les sons, les images, l'interactivité propre à une lecture d'écran où, face à une recontextualisation de l'espace du secret et du sacré, le lecteur doit manipuler et « agir » la machine à des fins purement fonctionnelles (Jeanneret, Souchier, 1999). Nous aborderons ces sujets dans une troisième et dernière partie.

Global Tahrir

Dans cette troisième partie, nous nous attachons à analyser les « modélisations » du concept d'espace de communication globalisé par les publics de Tahrir.

¹ Une bénédiction *urbi et orbi*, dans la liturgie catholique, correspond à une bénédiction solennelle prononcée par le pape du haut du balcon de la basilique Saint-Pierre, dans la ville de Rome. Elle tire son nom d'une expression latine au datif qui signifie « à la ville et à l'univers », symbolisant le fait que le pape s'exprime à la fois en tant qu'évêque de Rome, s'adressant aux fidèles présents physiquement sur la place Saint-Pierre (*urbi* de « urbs, urbis », la ville, en l'occurrence Rome), et à la fois en tant que pasteur universel de l'Église, s'adressant aux catholiques du reste du monde, qui l'écoutent notamment par le biais de la télévision ou de la radio (*orbi* de « orbs, orbis » qui désigne une zone circulaire, c'est-à-dire la terre, l'univers ou au sens figuré ce qui entoure, tel une orbite).

² Rabih Mroué et un acteur et metteur en scène libanais. Il a présenté le 3 décembre 2011 à Ashkal Alwan Beyrouth, « The Pixelated Revolution », une pièce de théâtre semi-documentaire à propos des images de la révolution en Syrie.

Émergence de la voix des arabes.

De la même façon que les images digitales provenant de Syrie qui montrent les exactions commises par le régime en place actuellement, les écrits de Tahrir retransmettent les coups, l'injustice, les humiliations et les folies tyranniques d'un régime qui a, durant de nombreuses années, imposé son propre régime de discours et d'images (via les journaux, télévisions, affiches et radios publiques). Ce système avait commencé à vaciller dès la satellisation du monde arabe engagée dès les années 1990 (Guaaybess, 2005), phénomène qui avait notamment vu apparaître un espace de communication et d'échange transnational nouveau (où différentes « voix politiques » pouvaient s'exprimer contrairement au média radiophonique et à la célèbre radio « Voix des Arabes¹ » par exemple. On ne parlait pas encore à l'époque de révolutions et de fractures numériques). Mais ces écrits issus de la place centrale d'une ville qui fut longtemps considérée comme le centre de gravité de la « médiassphère » arabe (Debray, 1991), redonnent justement une nouvelle valeur à un concept géopolitique que beaucoup considérait comme tombé en désuétude, celui de la « communauté imaginée » arabe (Gonzalez-Quijano, 2011). La *praxis* de ces événements d'écriture évoquée au début de ce texte, c'est-à-dire l'action sous-tendue par une idée vers un résultat pratique se trouve ici, dans ce qu'elle révèle d'un verbe arabe et polylingue se faisant « plus prosaïque et capable de communiquer à tous les publics arabes [...] la vision d'un avenir collectif construit sur la notion de bien commun » (Gonzalez-Quijano, 2011). Parler de « Révolution 2.0 », de « Nahda² digitale » n'éclaire donc pas forcément les événements qui se sont passés l'année dernière dans le monde arabo-musulman et qui jusque-là étaient marqués par un immobilisme politique certain.

Un nouvel entrant de le jeu des TIC

Comme le remarque Yves Gonzalez-Quijano (2011), « en sus d'un dangereux réenchâtement de la technique, ces formules ne disent rien de cette reformulation du monde arabe par les légions, volontairement anonymes et égalitaristes, d'activistes de cette nouvelle génération, des militants venus à la politique par la Toile et ses réseaux. Pourtant, ces expressions gardent une certaine pertinence, car elles ont le mérite de faire clairement porter l'accent sur les mutations provoquées par les technologies de l'information et de la communication ». Néanmoins, les cultures numériques de la jeunesse égyptienne combinées à leurs pratiques scripturales de la révolution de 2011-2012 nous font entendre une modélisation particulière du concept de « village global » (McLuhan, 1969). Au sein de cette globalité, le public égyptien, à la fois auteur des scripts de la place Tahrir, mais aussi lecteur et metteur en scène de sa présence sur le web (avec l'aide de journalistes internationaux, de militants, etc.) fait évoluer sa relation de spectateur passif vers le participant (McLuhan, 1969) et les écrits polylingues affichés pendant la révolution, pure production des *digital natives* du monde musulman en sont la preuve. Ils sont la cristallisation d'un idiome *global*, du moins d'un véritable standard unifié de la langue arabe, fantasmée pendant très longtemps par la forme littérale de l'arabe et preuve d'une modélisation des publics de cette notion de *global*. Le maillage des réseaux sur lesquels évolue cette nouvelle génération arabe, fruit du croisement de l'ordinateur, du téléviseur et des télécommunications est en train de reconfigurer les modèles de la communication-monde (Mattelart, 1992) en un « nœud de relations interdépendantes, nerveuses, agitées et tendues » (Brzezinski, 1969) toujours plus vivace. La langue arabzi et les écrits de Tahrir en sont les témoins : ces publics sont rentrés de plain-pied dans cette société travaillée par les TIC et ils sont de plus capables de la modéliser selon leurs propres cultures.

¹ La voix des arabes est une station de radio égyptienne d'Etat à diffusion internationale appartenant à l'Union de la Radio et de la Télévision Égyptienne. Elle fut créée en juillet 1953 sous l'impulsion de Nasser.

² Au XIXe siècle, la *Nahda*, fut une véritable renaissance arabe moderne, à la fois politique, culturelle et religieuse. Initialement, cette mouvance était largement concentrée en Égypte. Déclenchée par Mehmet Ali après la campagne napoléonienne d'Égypte (1798 – 1801), elle fait suite au choc ottoman face à leur retard technique sur l'Occident et débute l'affirmation dans le Moyen Orient de quatre principes importés d'Occident : le principe de la raison, la participation au pouvoir (démocratie), l'unité politique et religieuse, l'interprétation et non plus l'imitation du texte sacré, le Coran. Elle correspond à une véritable promotion de la démocratie et des Droits de l'Homme et à une volonté de traitement égal des citoyens quelle que soit leur religion. La *Nahda*, dans sa seconde phase (XXe siècle) correspond aussi à un moment de réinvention identitaire pour le monde arabe ; mouvement politique et culturel qui vit le jour, en grande partie, au Liban.

Conclusion

À travers l'étude des créations de la place Tahrir, nous avons souhaité réfléchir, dans une perspective communicationnelle, à ce que signifiait le surgissement d'écritures à la fois réelles et virtuelles lors d'un événement tel que la révolution égyptienne de 2011. Ces écritures laissent entrevoir de nouvelles logiques et stratégies médiatiques des publics égyptiens. D'une certaine manière, et comme le remarquent Ferrié et Dupret (2008), les médias d'information inspectent pour nous des parties du monde qui, sans cela, échapperaient à notre connaissance, mais ils le font en s'ancrant dans la partie du monde que nous connaissons (ici l'écrit), de sorte qu'ils nous constituent localement en audience d'événements distants, dans le temps comme dans l'espace. Mais le média dont il est ici question a été élaboré par les publics de Tahrir, ils ont été en quelque sorte modalisateurs de leur rapport à cet événement et à son entrée sur la toile. La langue et l'écriture visuelle qui s'échappent de ce rapport semblent universaux, symboles d'une révolution aussi importante pour cette partie du globe que l'entrée de l'imprimerie dans le monde arabe qui avait donné naissance à une seconde *Nahda* et au *print nationalism* (Gonzalez-Quijano, 2011). Pouvons-nous dès lors parler de *digital arabism*, enfanté par les générations natives du numérique fruit d'une génération et d'un renouveau d'une communauté imaginée arabe ? Nous pensons que la réponse est oui et que les NTIC jouent le rôle de vecteurs de cette nouvelle identité et de cette nouvelle communauté ayant trouvé un langage commun : celui des technologies du numériques qui intègrent langage visuel et sonores, écritures polylingues et ré-assemblage de la langue arabe (arabzi). Les écritures de Tahrir témoignent de cette évolution socioculturelle majeure et symbolisent la capacité du Monde arabe à faire face aux défis politiques, sociaux et culturels du moment présent.

Bibliographie

- AGNES Y., 2002, *Manuel du journalisme*, Paris, La Découverte, 398 p.
- AUSTIN J.L., 1962, « *Performatif-Constatif* », *La philosophie analytique, Cahiers de Royaumont*, Philosophie n°IV, Paris Editions de Minuit, p.271-304.
- AUSTIN J.L. 1970, *Quand dire, c'est faire* (trad. G. Lane), Paris, Seuil, 203 p.
- BENJAMIN W., 1978 [1928], *Sens unique* (trad. J. Lacoste), Paris, Les Lettres nouvelles/Maurice Nadeau, 190 p.
- BRZEZINSKI Z., 1969 [1976], *Between Two Ages. America's role in the Technotronic Era*, New York, Penguin, 352 p.
- DEBRAY R., 1991, *Cours de médiologie générale*, Paris, Gallimard, 1991, 395p.
- DUPRET B. & FERRIE J.N. (dir.), 2008, *Médias, guerres et identités. Les pratiques communicationnelles de l'appartenance politique, ethnique et religieuse*, Paris, Editions des Archives contemporaines, 256 p.
- EL ZEIN R. & ORTIZ A. (dir.), 2011, *Sign of the Times, The popular Literature of Tahrir Protest Signs, Graffiti & Street Art in Shahadat, Testimonials to the changing landscapes of short form writing in the contemporary Middle East*, New York, ArteEast (avec la participation de Zeinab El-Gindy, Jehan Agha, Sarah Carr, Jano Charbel, Hossam El-Hamalawy, Gilad Lotan et Ramy Raouf) 38 p. (<http://issuu.com/arteeast>).
- FRAENKEL B., 2007, « *Actes d'écriture : Quand écrire c'est faire* », *Langage & Société* n°121-122, sept-déc 2007, pp.101-112.
- FRAENKEL B., 2006, « *Actes écrits, actes oraux : la performativité à l'épreuve de l'écriture* » in *Performativité : Relectures et usages d'une notion frontrière*, *Études de communication* n°29, DENIS J. (coord), Lille, Université Charles-de-Gaulle-Lille 3, pp. 69-94.
- FRAENKEL B., 2002, *Les Ecrits de septembre : New York 2001*, Paris, Textuel, 159 p.

- GONZALEZ-QUIJANO Y., 2011, « *L'arabisme digital* », *Medium*, n°29, *Réseaux : après l'utopie*, oct-nov-dec 2011, pp.8-20.
- GONZALES-QUIJANO, Yves & GUAAYBESS, Tourya (dir.), 2009, *Les arabes parlent aux arabes, la révolution de l'information dans le monde arabe*, Arles, Actes Sud – Sindbad.
- GUAAYBESS T. 2005, *Télévisions arabes sur orbite, un système médiatique en mutation (1960-2004)*, Paris, CNRS Communication, 264 p.
- HABERMAS J., 1962 [1978], *L'espace public Archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise* (trad. B. Launay), Paris, Payot, 325 p.
- HUGUET F., 2009, *Le Défi des bloggeurs égyptiens, entre contestation numérique, combat pour la démocratisation et construction d'une société civile* (direction : DEVICTOR A.), Mémoire de Master 1 Stratégies du Développement Culturel, Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse.
- HUGUET F., 2010, *De l'information dans l'espace public libanais, Internet et ses miroirs*, (direction : DEVICTOR A.), Mémoire de Master 2 Stratégies du Développement Culturel, Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse.
- HUYGHE F.B., MERZEAU L., 2011, *Réseaux : après l'utopie*, *Medium*, n°29, *Réseaux : après l'utopie*, oct-nov-dec 2011, pp.4-5.
- JEANNERET Y., 2008, *Penser la trivialité. Vol I : La vie triviale des êtres culturels*, Paris, Hermès Lavoisier, 207 p.
- JEANNERET Y., 2007, *Y-a-t-il (vraiment) des technologies de l'information ?* Villeneuve d'Ascq, Presses Universitaires du Septentrion, coll. « Savoirs mieux ».
- MATTELART A., 1992, *La communication monde*, Paris, La Découverte, 358 p.
- MC LUHAN M., 1969 [1970], *Guerre et paix dans le village global*, Paris, Laffont, 189 p.
- SOUCHIER E., JEANNERET Y. 1999, *Pour une pratique de l'écrit d'écran*, Xoana 6, p.98-99.

Etude des formes dérivées et de leurs valeurs sémantiques à travers un corpus d'arabe moderne de presse : de nouveaux usages de communication ?

Marie Baize-Robache <marie.robache@st-cyr.terre-net.defense.gouv.fr>

Ecoles Militaires de Saint-Cyr Coëtquidan, Université Rennes II

Cette communication traite de l'évolution éventuelle de l'arabe moderne de presse à travers un corpus extrait du site www.aljazeera.net. Il est question ici de la guerre en Irak dans des articles factuels de novembre 2005 de ce média transnational. Ma communication, traitant des formes verbales dérivées, définit tout d'abord l'objet (formes dérivées, bases de dérivation) ainsi que la méthode d'analyse (analyse syntaxico-sémantique synchronique et diachronique) du corpus. Suit l'étude de quelques occurrences – à travers un exemple de dérivation régressive -, lesquelles doivent révéler si elles sont un support privilégié d'évolution et de nouveaux usages de communication par rapport à la norme grammaticale arabe. Je mènerai cette étude également en comparaison avec les mêmes formes relevées dans un corpus papier (la guerre en Irak dans des articles factuels de novembre 2005, journal *al-Hayât*)

Ce qu'on appelle communément « formes dérivées » chez les arabisants français fut une partie essentielle de mon apprentissage de l'arabe moderne. Je me souviens de ma perplexité devant le nom *mumarrid(a)* « infirmier(ère) », prétendument dérivé du verbe I *marida* « être malade ». Comment peut-on affirmer ici que la forme notée II est exclusivement factitive, et qu'un(e) infirmier(ière) « rend malades » ses patients ? Si je considère néanmoins que la forme II a aussi un sens privatif d'origine dénominateur (défini par Larcher¹) qui consiste à dire « faire ce que l'on fait avec N (objet désigné par le nom qui est à l'origine du verbe) » - « enlever N s'il est déjà là » -, et si je considère que la vraie base de dérivation de *marraḍa* est le nom *marad* « maladie », je comprends alors qu'un(e) infirmier(ière) « retire cette maladie qui existe déjà », au lieu de « rendre malade son patient ». Ce dernier sens est d'ailleurs pris en charge par la IV *'amraḍa*, véritable factitive de *marida*.

Je m'étais précédemment concentrée sur l'arabe moderne de presse, et plus précisément sur l'étude des formes dérivées des gros titres du journal *al-Hayāt*², sur une période de dix jours en 2002. J'ai repris dans ma thèse³ l'analyse du même journal en novembre 2005, mais en comparaison avec un autre corpus quantitativement et sémantiquement équivalent, www.aljazeera.net⁴. La question posée en filigrane fut donc la suivante : le corpus issu de ce média transnational à dominante orientale pouvait-il, s'il était porteur d'évolutions linguistiques et donc de nouveaux usages, influencer sur l'intériorisation consciente ou non de la norme de l'arabe classique chez les lecteurs du monde arabe ?

Je présenterai donc, analyserai et comparerai ici quelques occurrences d'évolutions significatives de chaque corpus, dont l'analyse n'entre pas dans la grille de lecture habituelle de la norme grammaticale arabe, à travers le cas de ce que Larcher appelle la dérivation régressive.

Définition de l'objet

Formes dérivées ou augmentées ?

Les arabisants parlent communément de « formes dérivées » mais la désignation « formes augmentées » me paraît plus appropriée. En effet, les grammairiens arabes, avant de chercher à savoir de quelle base est dérivée une forme, constatent d'abord qu'elle est morphologiquement augmentée par l'ajout d'un préfixe, d'un infixé, ou d'une voyelle longue. C'est donc en

¹ P. Larcher, 2003, p. 42.

² Noté *HA* dans la suite de la communication.

³ M. Baize-Robache, 2009.

⁴ Noté *JA* dans la suite de la communication.

approfondissant l'analyse de chaque forme que j'ai pu la qualifier de « dérivée » - en trouvant la base sémantique et syntaxique de sa dérivation -, ou d' « orpheline » en l'absence de cette dernière en synchronie.

En parlant de base de dérivation, n'importe quel arabisant pense à la racine croisée avec un schème. La racine (mrđ) n'est pourtant ni la base syntaxique ni la base sémantique de la dérivation : elle n'est que la trace morphologique de la base (marađ) dans le dérivé (mumarriđa). Elle n'est pas un mot, elle n'est que la succession imprononçable de trois consonnes et, à ce titre, ne peut être la base sémantique nominale ou verbale d'une dérivation.

Chaque forme augmentée usuelle de l'arabe moderne est définie dans une liste au sein de laquelle elle est numérotée par les arabisants en chiffres romains de II à X. Je joins le tableau des formes augmentées telles qu'elles sont enseignées en France, avec les trois formes essentielles: accompli, inaccompli indicatif (seul inaccompli syntaxiquement libre) et maşdar (nom d'action/infinifitif) :

	<i>Accompli</i>	<i>Inaccompli</i>	<i>Maşdar</i>
II	fa'ala	yufa'alu	taf'āl
III	fā'ala	yufā'alu	fi'āl/mufā'ala
IV	'af'ala	yuf'alu	'if'āl
V	tafa'ala	yatafa'alu	tafa'ul
VI	tafā'ala	yatafā'alu	tafā'ul
VII	infa'ala	yanfa'alu	infi'āl
VIII	ifta'ala	yafta'alu	ifti'āl
IX	if'alla	yaf'allu	if'ilāl
X	istaf'ala	yastaf'alu	istif'āl

Ce tableau a été constitué selon quelques critères exposés par Silvestre de Sacy¹: 1) le nombre de lettres additionnelles : une (II-IV), deux (V-IX), trois (X) ; 2) la vocalisation des inaccomplis : u-i pour les formes II, III et IV, a-a pour les formes V et VI, a-i pour les formes VII, VIII, IX et X. Ce classement, essentiellement morphologique, n'est révélateur d'aucune relation syntaxico-sémantique entre les formes augmentées. La description de ce qui est plutôt un système cohérent a été faite par Larcher², dont je présente ici le tableau qui illustre ces remarques dont la teneur apparaîtra dans l'analyse des quelques occurrences qui suivent :

Sans augment t-	Avec augment t-
I fa'ala	→ III ifta'ala
II fa'ala	→ V tafa'ala
III fā'ala	→ VI tafā'ala
IV 'af'ala	→ X istaf'ala
	VII infa'ala

Ainsi, l'écart entre la manière dont sont présentées les formes augmentées dans la tradition arabisante, la norme arabe, et leur véritable signification et construction au sein d'un corpus authentique pose le problème de la norme à laquelle elles peuvent être comparées.

¹ S. de Sacy, 1831, t. I, p. 127. Cité par P. Larcher, 2003, p. 30.

² P. Larcher, 1999 ; et P. Larcher, 2003, pp. 14-15 et 29-31.

Problème méthodologique : la norme en arabe et le statut de l'arabe de presse

La seule norme existante est celle de l'arabe classique, et le fait que le monde arabe souffre de ce manque d'officialisation des évolutions linguistiques de l'arabe moderne constitue une donnée dont j'ai dû tenir compte. A titre d'exemple, l'adjectif substantivé construit sur un *maṣḍar* VIII *intiḥārī* « kamikaze », qui apparaît 6 fois dans JA et 13 fois dans HA, n'est mentionné ni dans Reig¹, ni dans sa réédition de 1999², ni dans celle de 2008³. Les deux premières éditions ayant été publiées à une époque où il n'était pas encore question de manière aussi récurrente d'« attentats suicide », le nom d'action *intiḥār* n'y avait alors que le sens général de « suicide ». Mais c'est également le cas dans l'édition de 2008, en dépit de toute la littérature journalistique post-2001. A ma connaissance, aucun dictionnaire arabisant français n'a entériné ce néologisme employé couramment en arabe de presse, de même que l'adjectif *intiḥārī* correspondant, attesté 10 fois dans HA, et 4 fois sur le site. Du côté des dictionnaires arabes, le *Munğid al-Luğa l-'Arabiyya l-Mu'āšira*⁴ ne le mentionne qu'avec son sens général *dū 'alāqa bi-l-intiḥār : mayl intiḥārī* « ayant un rapport avec le suicide : penchant suicidaire ». C'est également le cas dans les dictionnaires que j'ai consultés en ligne⁵. Il semble donc que ni les lexicographes arabisants ni les lexicographes arabes⁶ n'ont officialisé ces évolutions. Lexicalement parlant, l'arabe moderne n'est donc autre qu'un arabe classique mâtiné de lexique moderne, et, vu comme le prolongement symbolique de ce dernier, il n'a pas de norme mais des usages réels.

Pour quelles raisons l'arabe de presse et donc l'arabe de mes corpus est-il si propice aux évolutions ? Alain Girod⁷ avance des explications, dont je ne cite que celles qui concernent notre sujet et mes corpus : les Arabes comprennent assez globalement l'arabe de presse, de par les progrès de la scolarisation dans le monde arabe, ce qui implique l'intériorisation inconsciente chez eux de faits d'évolutions. Pour Girod, il ne s'agit donc pas d'un phénomène de « 'médianisation', volontariste ou non, de l'arabe » mais plutôt d'une compréhension accrue du public davantage scolarisé qu'il ne l'était auparavant. A cela il ajoute qu'il ne croit pas à l'existence de ce qu'il nomme l'« arabe moyen » (mixte d'arabe classique et de dialectes, autant au niveau syntaxique que lexical) dans l'arabe de presse, même s'il ne nie aucunement sa présence dans d'autres registres. Il précise simplement que la presse et les journaux d'informations à la radio ou à la télévision ne pratiquent qu'une « oralisation de l'arabe écrit, tant que l'on ne passe pas au dialogue spontané où le dialecte reprend ses droits ». Toujours selon Girod, « l'arabe de la presse reste fondamentalement de l'arabe 'classique' contemporain, où s'insèrent des phénomènes d' 'arabe moyen' » et ressemblerait plutôt, selon moi, à ce que Joseph Dichy⁸ qualifie d'« arabe moyen de type 2 », à savoir l'insertion de syntagmes dialectaux dans une syntaxe globalement classique.

Méthode d'analyse

Dans le but de pouvoir étudier des variations au sein d'un même type de discours, à savoir des médias issus du Machrek et non du Maghreb, je me suis attachée à n'analyser que des articles factuels dont le contenu est essentiellement issu de traductions de communiqués de l'armée américaine ou de déclarations stéréotypées des autorités irakiennes ou des forces de la Coalition, d'où une grande homogénéité sémantique.

Les occurrences de formes augmentées étudiées ici sont présentées telles qu'elles sont employées dans les deux corpus : accompli (passé simple ou composé) ou inaccompli indicatif (présent, futur, généralité), voix active ou voix passive, nom d'action, infinitif, adjectif de relation formé sur le

¹ D. Reig, 1983 [1987], p. 678.

² D. Reig, 1983 [1999], 5323.

³ D. Reig, 1999 [2008], 5326.

⁴ 2000, art. nḥr. Une réédition en a été faite en 2008.

⁵ http://www.dictionarybay.com/politic_af_e.aspx;
[http://unterm.un.org/dgaacs/unterm.nsf/0/\\$searchForm?SearchView&Seq=1](http://unterm.un.org/dgaacs/unterm.nsf/0/$searchForm?SearchView&Seq=1)

⁶ Le *Muğam al-luğa l-'arabiyya l-mu'āšira* 2008, pp. 2176-2177, ne donne de définition que de l'adjectif dans le syntagme *al-'amalyāt al-intiḥārīyya* « les opérations suicide », mais ne mentionne pas l'adjectif substantivé traduisible par « kamikaze ».

⁷ 2000 : 16-17, 29-30, citant Clive Holes dans *Modern Arabic* (1995 : 256).

⁸ 1994.

nom d'action, participe actif ou passif employé comme nom ou comme adjectif. Je précise ici que le *mašdar* peut être employé comme un infinitif exprimant la notion générale de « fait de+verbe », ou comme un nom d'action pouvant se mettre au pluriel (e. g. *tafğīrāt* « explosions »), à partir duquel on peut former un adjectif de relation (e. g. *tafğīrī* « explosif, en rapport avec une explosion »¹), et qui peut être indéterminé.

Avant de l'aborder, je précise que mon étude concerne essentiellement le sens et la construction des formes augmentées des corpus en synchronie, à savoir à un moment donné de l'évolution de la langue. Je n'ai fait appel à l'analyse diachronique que si la relation syntaxico-sémantique entre les formes augmentées du même paradigme dérivationnel n'existe plus en synchronie. Je me suis alors référée aux dictionnaires arabe et arabisant que sont le *Lisān al-'Arab*² de Ibn Manzūr et le Kazimirski³. La difficulté pour moi étant néanmoins que, si je dois faire une analyse diachronique, j'ignore quel pourrait être mon point de départ chronologique.

Etudes de cas

Chaque fois que je mentionnerai une occurrence sans la citer, j'indiquerai, après le nom du corpus, le numéro de la forme correspondante en chiffres romains, ainsi que le chiffre arabe correspondant à son ordre d'apparition dans le corpus classé et traduit vol. 3 et 4 de ma thèse. Le lecteur intéressé pourra s'y référer. Chaque occurrence traitée sera représentée ici par un exemple daté pris si possible dans chaque corpus.

Un cas de dérivation régressive

Selon Larcher⁴, la dérivation ne consiste pas seulement en l'ajout d'affixes à une base. Elle peut consister, non seulement dans le fait d'aller d'une forme de base vers une forme augmentée, mais aussi en l'inverse.

Certains cas dans les corpus m'ont paru correspondre à ce cadre, dont la II factitive *fağğara nafsahu/fulānan/šay'an* « [se] faire exploser soi-même/qqn./qqch. », liée sémantiquement et syntaxiquement à la VII intransitive *infağara* « exploser ». Il semble qu'en diachronie, cette II était l'intensive de la I *fağara* « ouvrir » (dont provient le nom *fağr* « aube », « ouverture du ciel » selon une communication personnelle de Larcher) mais que, cette I n'étant plus attestée en synchronie, la II est devenue factitive d'une nouvelle base de dérivation VII ayant acquis un sens particulier (« exploser », c'est d'une certaine manière « s'ouvrir »). *LA*⁵ marquait la I *fağara* comme le synonyme de la I *bağasa* de sens « faire couler l'eau »⁶, en rapport de *mutāwa'a*⁷ avec l'ancienne VII *infağara*, donnée comme synonyme de *inbağasa* « jaillir, s'ouvrir un passage (se dit d'une source ou de l'eau en général) »⁸. Il en résultait donc cette formulation : *bağasa-hu fa- inbağasa* « il l'a fait jaillir et elle [l'eau] a jailli ». Ainsi, alors qu'en arabe ancien, la I était à la fois base de la II intensive et de la VII réfléchie-passive, en arabe moderne de presse, c'est la II qui devient la base de la VII. Cet usage, qui n'est pas officialisé chez tous les lexicographes arabes modernes⁹, vient également contredire la sacro-sainte théorie des arabisants français qui soutiennent que la seule base syntaxico-sémantique d'une forme dérivée est la racine. Il est intéressant de noter que, dans le *Muğam al-luğa l-'arabiyya l-mu'āšira*, la II apparaît après la VII dans le paradigme dérivationnel, comme si le lexicographe reconnaissait qu'elle est la base sémantique de sa

¹ Cet adjectif n'apparaît pas dans le *Muğam al-luğa l-'arabiyya l-mu'āšira* 2008, p. 1673, même si l'auteur atteste de *fağğara* dans le sens dont nous parlons ici.

² Noté *LA* dans la suite de la communication.

³ Noté *KA* dans la suite de la communication.

⁴ P. Larcher, 2005, pp. 119-120.

⁵ *LA* art. fjr <http://www.alwaraq.net/Core/AlwaraqSrv/LisanSrchOneUtf8>.

⁶ Kazimirski, 1860, p. 86.

⁷ Rapport syntaxico-sémantique à sens résultatif des grammairiens arabes.

⁸ Kazimirski, 1860, p. 86.

⁹ Il l'est, par exemple, dans le *Muğam al-luğa l-'arabiyya l-mu'āšira* 2008, p. 1673.

dérivation, tandis que la I reste mentionnée en tête de paradigme avec le sens ancien de « jaillir (pour de l'eau) ».

Dans un contexte sémantique de conflit armé et de lutte non-conventionnelle menée avec des explosifs, il est naturel que cette II soit numériquement importante dans les corpus. Elle l'est en effet : 1) dans HA¹, 9 occurrences du verbe conjugué à la voix active, 1 occurrence du verbe conjugué à la voix passive et 8 occurrences du *mašdar* (exclusivement des noms d'action); 2) dans JA², 3 occurrences du verbe conjugué à la voix active, 12 occurrences de *mašdar* (noms d'action et infinitifs confondus) et 1 occurrence d'adjectif de relation formé à partir du *mašdar*. En voici quelques occurrences significatives :

Wa- 'awḍaḥa l-mašdar anna « l-intihārī fağğara sayyāratahu qurb dawriyya li-l-šurta [...] ». (HA, 10-11-05)

« La source a expliqué que le kamikaze ‘**a fait exploser** sa voiture près d'une patrouille de police [...]’ ». »
'Awqa 'a muhāğim intihārī mağzara fī maṭ'am ša 'bī bi-aḥad šawāri' Bağdād ba 'd an fağğara nafsahu šabāḥ al-yawm mutasabbiban fī maqtal wa-ğarḥ 'ašarāt al- 'irāqīyyīn. (JA, 10-11-05)

« Un kamikaze a provoqué une boucherie dans un restaurant populaire dans une des rues de Bagdad, après **s'être fait exploser** ce matin, tuant et blessant des dizaines d'Irakiens. »

'Ašarāt al-ḍaḥāyā bi-tağğīr fī Baṣra (HA, 01-11-05)

« Des dizaines de victimes dans **une explosion** à Bassora »

Al-tağğīrāt fī taṣā'ud bi-l- 'Irāq ma 'a tawāṣul ḥamla ḍidd al-musallaḥīn ġarbī l-bilād (al-firansiyya) (JA, 14-11-05)

« Les attentats [**explosions**] en augmentation en Irak malgré la continuation d'une campagne contre les hommes armés à l'ouest du pays (AFP) »

Al-sifāra l- 'irāniyya šahidat 'iddat ḥağamāt tağğīriyya wa-mufaḥḥaḥa (al-firansiyya-aršif) (JA, 14-11-05)

« L'ambassade iranienne a été le théâtre de nombreuses attaques **explosives** et piégées (AFP – archives) »

La VII est davantage représentée : 1) dans HA³, 15 occurrences du verbe conjugué à la voix active, et 80 occurrences du *mašdar* ; 2) dans JA⁴, 5 occurrences du verbe conjugué à la voix active et 34 occurrences du *mašdar*.

Ḥuṭām sayyāra mufaḥḥaḥa nfağarat fī Bağdād ams (HA, 09-11-05)

« Débris d'une voiture piégée qui **a explosé** hier à Bagdad »

Wa-bi-l-tazāmun infağarat sayyāra mufaḥḥaḥa wasaṭ Bağdād mim mā 'addā ilā maqtal 4 ašḥās wa-ğarḥ 19 āḥarīn (JA, 12-11-05)

« Au même moment, une voiture piégée **a explosé** au centre de Bagdad, tuant 4 personnes et tuant 19 autres. »

Wa- 'asfara nfiğār sayyāra mufaḥḥaḥa [...] 'an 'ašarāt al-ḍaḥāyā (HA, 01-11-05)

« **L'explosion** d'une voiture piégée [...] a fait des dizaines de victimes. »

Wa-fī waqt sābiq qutilla ġundī amūrki fī nfiğār 'ubwa nāsifa stahdafat dawriyyatahu fī minṭaqat al-Dawra l-qarība min Tikrīt šamāl Bağdād. (JA, 08-11-05)

« Précédemment, un soldat a été tué dans **l'explosion** d'une charge explosive qui visait sa patrouille dans la région de al-Dawra proche de Tikrīt au nord de Bagdad. »

Conclusion

Le corpus Internet ne m'a paru, dans ce cas et dans la grande majorité des occurrences étudiées dans ma thèse, apporter aucune innovation notable par rapport au corpus papier. En effet, les quelques occurrences analysées ici – étant souvent communes aux deux corpus - ne faisaient que sortir du cadre grammatical et lexical arabe, et n'étaient pas spécifiques à l'arabe du site. Faute de place, je n'ai pas présenté d'autres occurrences représentatives, lesquelles méritent néanmoins toute l'attention du linguiste.

Ainsi, si d'autres corpus électroniques de presse s'avèrent aussi conservateurs que le site du média qatari – et ce en dépit du support technique qu'est Internet -, la question posée par Imbert¹ lors de

¹ Vol. 3, forme II : 52, p. 569.

² Vol. 4, forme II : 68, p. 929.

³ Vol. 3, forme VII : 11, p. 736.

⁴ Vol. 4, forme VII : 10, p. 1091.

la soutenance de ma thèse se pose. Et si, en plus de l'arabe moderne de presse et de l'arabe littéraire moderne, il existait un arabe qu'il nomme « nouveau-né », que l'on nommerait « l'arabe de presse Internet », que les Anglo-saxons nommeraient MWA Modern Web Arabic, et qui serait linguistiquement conservateur ? Si oui, le serait-il par réaction contre l'aspect volatile et éphémère de son support ? Ou alors, l'est-il uniquement dans le registre factuel traité ici, à savoir la guerre d'Irak ? Pour opérer une véritable linguistique de corpus, il faut des outils informatiques adaptés qui permettent de traiter des corpus quantitativement plus importants que les miens. A l'avenir, je pourrai me baser sur le Dictionnaire Informatisé de l'Arabe (DIINAR.1), outil développé par Joseph Dichy à l'université Lumière-Lyon II, et présenté par l'auteur et Ramzi Abbès en 2008. Cet outil a permis aux lexicographes de travailler sur un corpus de deux millions de mots, extrait de *al-Hayāt*.

Bibliographie

- ‘Alī Muḥtār ‘Umar, 2008, *Mu‘ğam al-luġa l-‘arabiyya l-mu‘āšira*, Le Caire : ‘Ālam al-Kutub.
- BAIZE-ROBACHE M., 2009, *Les formes verbales augmentées de l'arabe littéraire moderne de presse : une étude statistique et syntaxico-sémantique à travers un corpus de presse*, Université Aix-Marseille I, thèse de Doctorat effectuée sous la direction de Pierre Larcher, 2344p.
- DICHY J., 1994, « La pluriglossie de l'arabe », *Bulletin d'Etudes Orientales* 46, Damas, Institut Français d'Etudes Arabes de Damas, pp. 19-42.
- DICHY J., ABBES R., 2008, « Extraction automatique de fréquences lexicales en arabe et analyse d'un corpus journalistique avec le logiciel AraConc et la base de connaissances DIINAR.1 », actes des 9èmes Journées internationales d'Analyse statistique des Données Textuelles (JADT).
- Ibn Manzūr Muḥammad b. Mukarram b. ‘Alī b. Aḥmad al-Anṣārī al-Miṣrī Ġamāl al-Dīn Abū l-Faḍl, *Lisān al-‘Arab al-Muḥīṭ*,
- <http://www.contents.com.sa/Languages/LisanElArab/Default.aspx/> <http://lexicons.ajeeb.com>.
- GIROD A., 2000, *Faits d'évolution récents en arabe moderne à travers un corpus de presse égyptien*, Université Aix-Marseille I, thèse de Doctorat effectuée sous la direction de Pierre Larcher, 453p.
- HOLES C., 1995 [2004], *Modern Arabic*, Washington, Georgetown University Press, coll. « Georgetown Classics in Arabic Language and Linguistics », 419p.
- KAZIMIRSKI A. de Biberstein, 1860, *Dictionnaire arabe-français*, 2 vol., Paris, Maisonneuve et Cie, 3000p.
- LARCHER P., 1999, « Syntaxe et sémantique des formes verbales dérivées de l'arabe classique : vues ‘nouvelles’ et questions en suspens », *Quaderni di Studi Arabi* 17, Rome, Herder Editrice e Libreria, pp. 3-27.
- LARCHER P., 2003, *Le système verbal de l'arabe classique*, Aix-en-Provence, Publications de l'Université de Provence, coll. « Didactilangue », 191p.
- LARCHER P., 2005, « Que signifie ‘dériver’ en arabe classique ? », *Current Issues in the Analysis of Semitic Grammar and Lexicon 1*, dir. Lutz Edzard et Jan Retsö, communication à Oslo-Göteborg les 3-5 juin 2004, Wiesbaden, Harrassowitz, pp. 108-124.
- Munġid al-Luġa l-‘Arabiyya l-Mu‘āšira*, 2000, Dār al-Mašriq, 1700p.
- REIG D., 1983 [1987], *Dictionnaire arabe-français al-Sabil*, Paris, Larousse, 914p.
- REIG D., 1983 [1999], *Dictionnaire arabe-français français-arabe al-Sabil*, Paris, Larousse-Bordas, 1000p.

¹ Maître de Conférences à l'Université de Provence.

REIG D., 1983 [2008], *Dictionnaire arabe-français français-arabe al-Sabil*, Paris, Larousse-Bordas, 1000p.

SACY S. de A., 1831, *Grammaire arabe à l'usage des élèves de l'Ecole spéciale des Langues orientales*, 2e éd., Paris : Imprimerie Royale.

TIC en Tunisie. De nouvelles pratiques électroniques dans la « société de l'information » ?

Sami Zlitni – sami.zlitni@univ-lehavre.fr

Dép. Information-Communication – IUT du Havre
UMR IDEES/CIRTAI – Université du Havre

Fabien Liénard – fabien.lienard@univ-lehavre.fr

Dép. Information-Communication – IUT du Havre
DySoLa – Université de Rouen

Les Technologies de l'Information et de la Communication (désormais TIC) ont joué un rôle majeur dans les révolutions arabes. Dans cet article, nous nous concentrons sur la révolution tunisienne. Le paysage médiatique avant la révolution était contrôlé par le régime et largement soumis à la censure. Dès lors, les citoyens, les collectifs de lutte ont développé de véritables stratégies communicationnelles grâce aux TIC, aux usages et aux pratiques électroniques qui ont parfois pallié l'absence d'information. Ces usages ont permis d'informer et d'échanger en temps réel des données essentielles à la révolution. Le temps de l'action révolutionnaire passé et l'ère démocratique s'annonçant, la période de transition promettait de voir émerger de nouvelles pratiques communicationnelles par les TIC. La veille électronique conduite nous permet aujourd'hui de formuler un certain nombre de constats.

Introduction

L'équipement en TIC, les usages et les pratiques électroniques des citoyens tunisiens ont permis l'élaboration de véritables stratégies communicationnelles et l'échange en temps réel des informations essentielles à la conduite d'une révolution. Le paysage médiatique, informationnel tunisien à la fin de l'année 2010 est celui d'une *démocratie autoritaire* (Dabène et ali, 2009). L'Etat contrôle l'intégralité des médias traditionnels, censure nombre d'informations et surveille Internet et les cyber-activistes. Le combat virtuel, à distance est un élément important mais il ne peut remplacer le combat dans la rue. Celui-ci s'est traduit par le soulèvement du peuple tunisien qui a fait suite à des événements déclencheurs.

Ils ont conduit les citoyens à réagir vivement et, parés de leurs téléphones mobiles, à envahir les rues. L'internet, parce que si difficile à contrôler, est devenu un espace de liberté et de parole qui a permis de structurer la mobilisation, d'en informer tous les Tunisiens et d'informer ensuite le monde entier qui suivra en quasi-direct les événements. La CMO et la CMT n'ont pas été des déclencheurs mais des accompagnateurs efficaces et indispensables du soulèvement populaire tunisien qui a conduit à la chute du régime.

Aussitôt, les réformes et le changement politique ont entraîné la reconnaissance de plusieurs partis politiques, dont certains à référents religieux, candidats aux élections de l'assemblée constituante d'octobre 2011. Au-delà de leur présence sur les médias traditionnels (désormais plus libres), les partis et plusieurs mouvements se sont organisés sur la toile pour faire entendre leur voix et mobiliser l'opinion publique. Ce constat est un signe : Internet est immédiatement devenu un espace d'expression des réflexions et des actions des militants, des citoyens tunisiens.

Cet espace, qui a permis de conduire une révolution et/ou qui a permis d'organiser la démocratie naissante, nous l'avons observé durant toute l'année 2011. Nous conduisons en effet une veille active et régulière des lieux d'expression virtuels au fur et à mesure de leur apparition et de leur succès. Cette veille nous permet de disposer aujourd'hui d'un corpus de données (plurisémotiques) électroniques que nous exploiterons en partie ici pour tenter d'éclairer le processus de constitution de ce nouvel espace discursif public. Car finalement, les questionnements que suscite cette révolution sont nombreux. Nous nous interrogeons plus

particulièrement sur la manière dont les Tunisiens, en majorité privés de liberté de parole pendant des décennies, se sont réappropriés des outils pour communiquer publiquement. Autrement dit, comment et pourquoi les médias électroniques ont-ils rendus possibles la mobilisation des citoyens pendant la révolution puis leur (in)formation électorale accélérée ?

Les TIC pour communiquer

Les TIC en Tunisie sont omniprésentes. Elles sont utilisées dans les grandes villes par toutes les couches de la population avec des usages nombreux et divers chez les 17-35 ans.

Les TIC en Tunisie à l'aube de la révolution

Ainsi, à la fin de l'année 2010, près de 1,5 millions d'ordinateurs personnels sont en activité (soit un taux d'équipement de la population de 13%) avec de grandes disparités selon les gouvernorats¹. 1% à peine de la population était internaute en 2000 contre plus de 33% en 2009². Cela représente près de 3,5 millions de Tunisiens surfant quotidiennement sur le web auxquels il conviendrait d'ajouter les membres de la diaspora. Selon l'Office des Tunisiens à l'étranger, cette diaspora représente, à la fin de l'année 2009, plus de 1 million d'individus occupant des postes qualifiés et disposant des revenus permettant l'équipement et les usages électroniques. Ainsi, en janvier 2011, Facebook compte plus de 2 millions de profils actifs composés à 84,2% par des internautes âgés de 17 à 35 ans³. Rapporté à la population totale du pays, au nombre d'internautes ainsi qu'à la situation régionale, ce chiffre est considérable. La Tunisie devance ainsi les autres pays du Maghreb et fait partie des leaders du monde arabe concernant ces usages électroniques.

Les chiffres relatifs à la téléphonie mobile sont tout autant spectaculaires. Le nombre d'abonnements s'élève ainsi à 11,3 millions à la fin mars 2011⁴ avec, de nouveau, une grande disparité selon les gouvernorats. La 3G, permettant des usages variés (comme l'internet mobile) est une réalité dans les grandes villes du pays même si les usages effectifs se développent depuis quelques années seulement⁵. Le taux d'équipement dépasse ainsi les 90% au niveau national avec des zones urbaines dépassant allègrement les 100%. Toutes ces données permettent de comprendre qu'à l'aube de la mobilisation, et malgré la censure omniprésente, les conditions sont réunies pour que les Tunisiens communiquent, échangent et fassent circuler l'information grâce à ces TIC. La gestion et plus largement, la circulation de l'information va, au cours de l'année 2011 seule, complètement changer de statut. A une circulation de l'information contrôlée et autorisée par le régime a succédé pendant la révolution la diffusion d'informations « chaudes » et libres pour finalement rendre possible l'émergence d'un nouvel espace discursif post révolutionnaire.

La circulation de l'information en Tunisie en 2011

Le paysage médiatique en Tunisie pendant la révolution pouvait être schématisé comme ci-dessous (*Fig. 1*). Nous plaçons ainsi, au centre, la population en tant que réceptrice de l'information mais aussi en tant qu'émettrice de celle-ci (alternativement et/ou « partitivement »). Ainsi, cette information alimentait les médias internationaux qui renvoyaient celle-ci en l'état et/ou enrichie vers la population globalement (pour peu qu'elle ait accès aux médias). Mais ces médias internationaux recueillaient aussi l'information à distance, lorsque leurs journalistes ne pouvaient pas exercer leur métier. Les médias électroniques nationaux constituaient alors leur principale source. Ils puisaient ainsi sur les réseaux sociaux des données plurisémiotiques

1 Sources : Webdo et Investir en Tunisie.

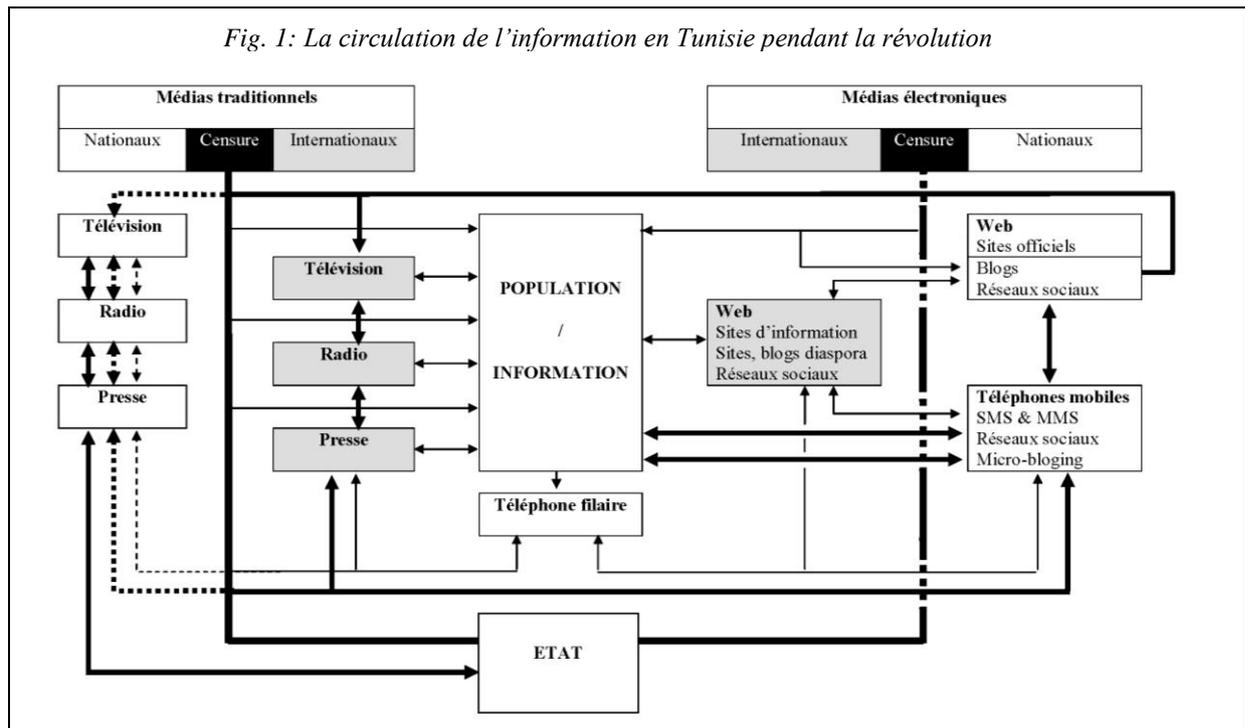
2 Source : <http://www.internetworldstats.com/af/tn.htm>.

3 Source : Check Facebook, <http://www.checkfacebook.com>

4 Il était quasi identique en janvier 2011. Pour information, une récente (avril 2011) étude du cabinet Wireless Intelligence nous informe que le continent africain compte plus d'abonnés à la téléphonie mobile que l'Europe de l'Ouest (547,5 millions contre 523,6 millions). Maintenant, il est acquis aussi que les usages produits de ces TICs mobiles diffèrent aussi fortement.

5 Notamment parce qu'un opérateur (sur les trois que compte la Tunisie) disposait de l'exploitation exclusive de ce réseau alors qu'il n'était pas leader sur le marché...

(témoignages, photographies, films) afin de construire l'information rapportée par les citoyens tunisiens qu'ils répercutaient auprès de tous (population nationale, trans et internationale).



Nous pointons aussi le rôle central joué par le téléphone mobile. Il a permis d'alimenter les médias électroniques nationaux¹ gérés par les cyberactivistes épaulés par la diaspora. Celle-ci, via tous les modes communicationnels électroniques à disposition, relayait immédiatement les informations jusqu'à ce qu'elles soient aussitôt reprises par/dans les médias traditionnels.

Les médias électroniques ont donc contribué à la construction d'un espace public alternatif efficient. Cette efficacité justifie sans doute que, très rapidement, cet espace s'est organisé et la chute du régime couplé à l'élan démocratique ont rendu possible une circulation de l'information complètement nouvelle pour la Tunisie. La période de transition en question se situe après la révolution et avant les élections...

En nous basant sur le 2^{ème} schéma (Fig. 2) nous constatons ainsi :

- une grande différence entre les appellations *Etat* en Fig. 1 et en Fig. 2. Dans cette dernière, *Etat* renvoie aux instances et aux hommes qui ont géré le pays après la chute du régime (au gouvernement provisoire) ainsi qu'aux hommes et aux partis qui commencent à composer le nouveau paysage politique tunisien...

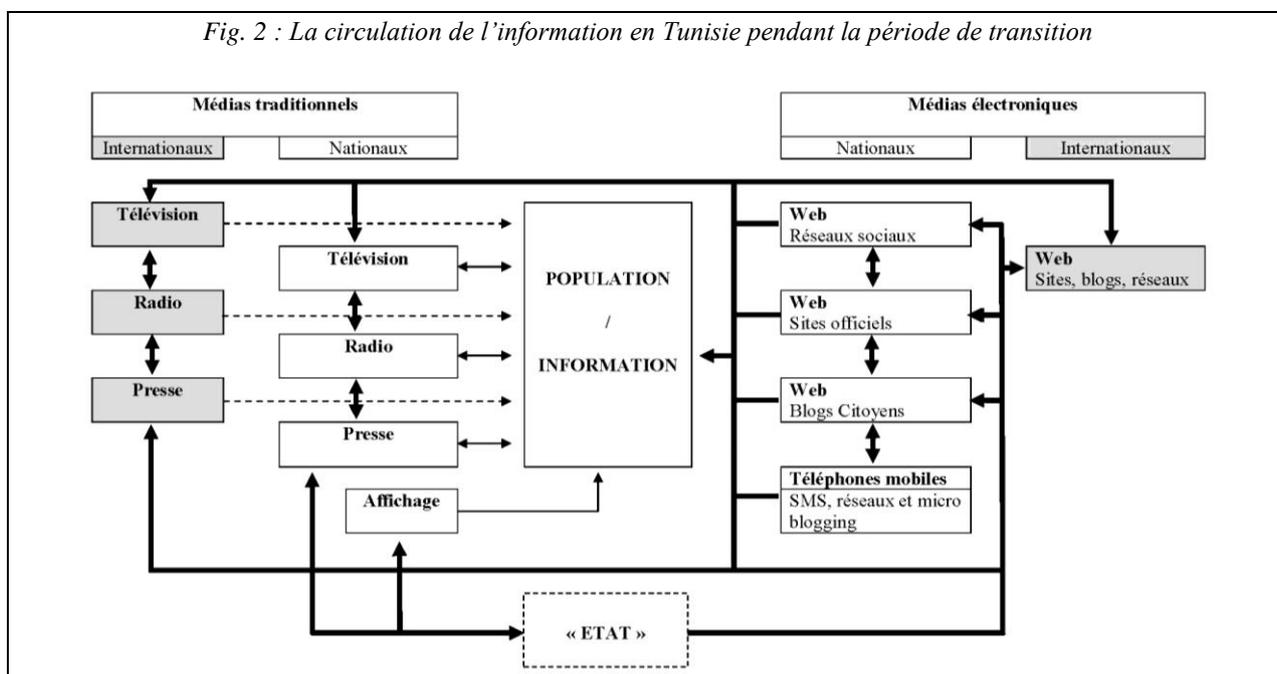
- que le rapport entre médias nationaux et internationaux est profondément modifié. En effet, la chute du régime signifie la « fin » de la censure, du contrôle de l'information et du fameux Ammar 404. Les Tunisiens vont ainsi disposer d'une information objective, fiable dans l'ensemble des médias nationaux. Les médias internationaux sont relégués au second plan d'autant que les actualités relatives à la Tunisie sont moindres...

- que les médias électroniques conservent la nouvelle place qu'ils ont occupée pendant la révolution. Ils ont été un outil d'information (au niveau national et international) et de mobilisation puissant. Pendant la période de transition, ils deviennent un outil d'information nationale avant tout. Ainsi, les sites officiels sont de plus en plus nombreux : les instances officielles (comme l'Instance Supérieure Indépendante pour les Elections, désormais ISIE) et la très grande majorité des partis politiques créent des sites Internet pour informer de la tenue des élections, de leur organisation, de leurs enjeux, etc. Cela signifie aussi que les discours politique, propagandiste, militant font leur apparition dans les médias électroniques, tous modes

¹ Nous expliquons par ailleurs (Liénard & Zlitni, op.cit.) que le téléphone mobile a aussi permis de tenir informée la population en temps réel du déroulement des événements révolutionnaires (par SMS ou tweets notamment...).

communicationnels confondus : sites officiels mais aussi blogs et réseaux sociaux avec, au premier rang, Facebook.

- que les TIC mobiles ont joué un moindre rôle. Même si quelques partis ont recouru au SMS pour promouvoir leurs idées politiques¹, l'heure n'était plus à la mobilisation populaire : les objectifs sont différents et la temporalité autre. Dès lors, le téléphone filaire (présent en Fig. 1) disparaît logiquement pendant que fait son entrée l'affichage... La rue libérée de la censure redevient en effet un lieu d'expression et de circulation de l'information.



Au-delà de ces remarques, nous retenons surtout le nouveau statut des médias électroniques qui ont joué un rôle central pendant cette période de transition. L'approche, l'organisation, l'apprentissage et les enjeux des élections de l'assemblée constituante ont terminé de structurer l'espace discursif public que constituent les sites, les blogs et les réseaux sociaux. Un espace qu'il est donc nécessaire de décrire maintenant. Pour ce faire, nous conduisons une veille active et systématique des médias électroniques tunisiens de manière à recueillir le corpus nécessaire à de telles analyses. Nous disposons ainsi d'une multitude de données plurisémiotiques recueillies sur des réseaux sociaux (Facebook notamment), des sites (institutionnels ou non) et des (micro-)blogs (Twitter et autres). De ces veilles raisonnées nous dégageons un certain nombre de conclusions qui prennent la forme de tableaux et de synthèses traitant donc de la politique et de la citoyenneté dans l'espace discursif public émergent : dans l'espace numérique.

Politique et citoyenneté dans l'espace numérique

Les partis politiques, les militants et la société civile ont eu recours aux TIC pour expliquer, informer et faire adhérer les citoyens à des idées et des valeurs plus compliquées à appréhender que la lutte contre le régime Ben Ali. En effet, sites web, pages Facebook et comptes Twitter ont été parmi les outils les plus visibles du marketing politique émergent. Programmes, sondages ou résultats se sont multipliés sur les réseaux sociaux. Les TIC ont été un acteur majeur de cette élection.

¹ Des Tunisiens résidant au Qatar ont déclaré avoir reçu des SMS les invitant à voter pour le mouvement Ennahdha. L'information a circulé sur Facebook et l'ISIE a réagi en changeant les superviseurs du bureau de Doha.

Après la chute de Ben Ali, plus d'une centaine de partis ont vu le jour. Ainsi, 1519 listes ont été acceptées aux élections de l'assemblée nationale constituante : 850 listes de partis, 655 listes indépendantes et 34 listes de coalition. Le nombre de listes par bureau de vote a varié selon les circonscriptions oscillant entre 26 (Kébili) et 95 listes (Ariana)¹.

Les Tunisiens ont donc difficilement identifié les programmes de chaque parti. Selon un sondage de l'ISTIS², effectué en août 2011, 60% de Tunisiens méconnaissaient le rôle et les attributions de l'assemblée constituante. Et même si 72% affirmaient avoir l'intention de voter, les 2/3 ne savaient pas pour qui. Près de la moitié de ceux qui déclaraient avoir arrêté leur choix disait aussi qu'ils pouvaient changer d'avis.

Plusieurs sites proposaient des outils simples pour permettre aux futurs électeurs de prendre connaissance des divers acteurs politiques. Le site *Fhimt*³ proposait ainsi plusieurs infographies regroupant, avec des codes couleur et par courant, les partis politiques en lice pour les élections. D'autres sites ou blogs (comme *Le milieu autorisé*⁴ ou *Web manager*⁵) présentaient la liste des partis autorisés, avec des liens vers leurs sites internet et/ou page Facebook. Le *Portail des Partis Politiques Tunisiens*⁶ regroupait pour sa part les différents partis en les classant par famille politique, par nom de dirigeant et/ou par date de légalisation. Les différentes tendances et mouvances politiques y étaient définies. Mais au-delà de la présentation des partis, *Votez.tn*⁷ facilitait également la recherche d'information sur les listes électorales et ce, par région et par circonscription.

Des plateformes d'orientation politique ont aussi été mises en place pour accompagner de façon interactive l'électeur dans son choix. Par exemple la plateforme comparative *ajidoo*⁸ permettait de comparer les propositions des partis politiques entre elles sur la base de dix thèmes ou encore de faire son propre programme de propositions. D'autres plateformes aidaient les électeurs à déterminer leurs préférences et les guidaient pour le vote à travers une série de questions portant sur le régime politique, le système économique, la politique étrangère, la place de la religion dans l'Etat... Les résultats étaient donnés sous forme de graphique avec la position de l'électeur par rapport aux idéologies des différents partis (*bosala*⁹) ou sous forme de pourcentage d'affinités avec les idées des partis (*TuniVote*¹⁰ et *IkhtiarTounes*¹¹).

Tout cela explique sans doute que les élections tunisiennes du 23 octobre 2011 ont été les plus transparentes de son histoire. Le travail en amont a été considérable ; le travail pendant les élections remarquable. Et encore une fois, les TIC ont joué un rôle majeur. En effet, outre les milliers d'observateurs nationaux et internationaux chargés de scruter les irrégularités, les citoyens ont aussi participé à cet effort via les TIC. Une vaste collecte citoyenne de données a été effectuée sous diverses formes : des comptages des voix via des tweets, des posts et des photographies sur Facebook ou encore des signalements d'irrégularités sur des plateformes participatives... Tout cela couplé à une série de données et d'outils mis en ligne (comme par exemple par l'IRIE France 2¹² qui a publié sur sa page Facebook les résultats de votes à Limoges ou encore *OpenTunisia*¹³ qui a mis en place des tableaux destinés à récolter les données) a permis d'obtenir des résultats

¹ Instance Supérieure Indépendante pour les Elections (ISIE), <http://www.isie.tn>, consulté le 29/11/2011.

² Institut de Sondage et de Traitement de l'Information Statistique, <http://www.istis-tunisie.com/medias/Rapport-Sondage-situation-politique.pdf>, consulté le 28/11/2011.

³ <http://www.fhimt.com>

⁴ <http://lemilieuautorise.com/>

⁵ <http://politik.webmanagercenter.com>

⁶ <http://www.partispolitiquetunisiens.net>

⁷ <http://www.votez.tn/>

⁸ <http://www.ajidoo.com/actualites/comparateur-de-programmes-politiques-2>

⁹ <http://www.bosala.org>

¹⁰ <http://www.tunivote.net/>

¹¹ <http://www.ikhtiarTounes.org/>

¹² Instance Régionale Indépendante pour les Elections

¹³ <http://opentunisia.org/>

rapidement. Cette mise à contribution de l'effort collectif des citoyens a rendu possible la double saisie des résultats qui a renforcé la transparence du scrutin et la crédibilité des résultats¹. Nous citons encore, les curateurs de contenu, comme le compte Twitter @TNelec2011 ou le site *etudes-tunisie.info*, qui ont recherché les données pour les diffuser.

Les TIC ont donc joué un rôle fondamental et même dissuasif. Dans ce souci de transparence, un organisme institutionnel (ISIE) et un autre associatif (*Nchoof*²) ont en effet mis en place un dispositif de surveillance et de signalement des irrégularités via la plateforme Ushahidi. Il s'agissait de faire appel aux citoyens qui signalaient et publiaient les incidents et les réclamations sur toute la période électorale. Cela se faisait en temps réel par l'envoi d'un SMS, d'un mail, d'un tweet ou d'un formulaire sur le site. Les témoignages pouvaient être étayés de rapports écrits accompagnés de photographies ou de vidéos. Il était possible de visualiser les incidents sur une carte du pays et d'en être alerté après s'être abonné. Finalement, c'est le faible écart entre le nombre d'incidents signalés sur les deux plateformes (704 pour *Nchoof* et 776 pour l'ISIE³) qui crédibilise un peu plus les résultats finaux. Nous venons de présenter que les médias électroniques ont permis d'informer et de préparer efficacement les Tunisiens aux élections ; que le bon déroulement de celles-ci est du fait, en partie, des TIC. Mais elles ont aussi joué un rôle communicationnel fort. Elles ont en effet rendu concret cet espace discursif public en permettant aux acteurs (partis politiques et électeurs) de dialoguer...

Tic et marketing politique : vers de nouvelles formes d'engagement militant

Le plus bel exemple de dialogue, de communication directe réside dans l'initiative de *Politik.tn*⁴ qui a mis en place des rendez-vous hebdomadaires de chat avec plusieurs candidats et responsables politiques. *TunisiaTalks*⁵, sous l'impulsion de *Tunisia-Live.net*, avait comme objectif « de démontrer grâce à internet que le dialogue entre les Tunisiens et la politique est encore possible ». Les internautes avaient la possibilité de questionner l'invité du jour, par écrit ou par vidéo via Facebook, Twitter ou Youtube. Les questions étaient soumises à l'appréciation des internautes et celles qui obtenaient le plus de votes étaient posées à l'invité politique. Le débat était filmé et diffusé sur Youtube. Les partis et les hommes politiques ont donc largement joué la carte des médias électroniques quand les techniques traditionnelles (comme les meetings) séduisaient moyennement. Facebook s'est révélé plus rassembleur si nous comptabilisons le nombre de fans des pages des différents partis. Les observateurs qualifieront même Facebook de « QG de campagne » des partis politiques tunisiens. Ce réseau social était devenu un enjeu politique si bien que plusieurs partis et listes indépendantes n'avaient qu'une page Facebook (ou l'avaient créée avant d'avoir un site⁶). A l'image d'une vitrine, les partis et les hommes politiques ont considéré qu'une présence sur Facebook remplaçait les traditionnelles visites sur les marchés de la vieille communication politique locale. Outre une meilleure visibilité pour les candidats⁷, cela leur permettait aussi de « voir sur Facebook » (comme ils « entendraient sur les marchés ») les préoccupations des citoyens. Facebook a donc rempli la fonction de réseau social et de média.

¹ La double saisie en question s'est traduite par une saisie citoyenne crowdsourcée des données faite par un collectif citoyen indépendant et par une saisie effectuée par un acteur institutionnel (l'ISIE), qui a publié sur son site des résultats partiels (format pdf).

² <http://www.nchoof.org/>

³ Données collectées le 23 octobre en fin de journée.

⁴ <http://politik.webmanagercenter.com/chat-politique/>

⁵ <http://www.youtube.com/user/tunisiatalks>

⁶ Sur un total de 100 partis, seuls 41 disposent d'un site web alors que 79 ont une page Facebook

⁷ Car si les grands partis sont présents sur les médias classiques, la majorité des candidats des différentes circonscriptions sont méconnus et n'ont que trois minutes de message électoral radiotélévisé par liste.

Tab. 1 : Classement des 10 partis politiques tunisiens sur Facebook (page principale) au 20 octobre 2011

	Parti politique	Nombre de fans au 20 octobre 2011	Nombre de fans au 22 mai 2011	Progression
1	Mouvement Ennahdha	87059	44160	97%
2	Parti Démocrate Progressiste (PDP)	64225	7078	807%
3	Congrès Pour la République (CPR)	23639 (51356 le 10/10/2011)	20729	148%
4	Ettakatol (FDTL)	39292	3863	917%
5	Union Patriotique libre (UPL)	35623	---	---
6	Afek Tounes	33211	14538	128%
7	Parti Communiste des Ouvriers de Tunisie (PCOT)	23956	11692	105%
8	L'initiative	22035	---	---
9	Parti Populaire Républicain (PPR)	18422	3528	422%
10	Al Majd	14092	---	---

Faute d'enquêtes fiables¹, plusieurs sondages se sont basés sur Internet pour estimer les scores des partis politiques aux élections². Tout en restant très prudent, une première corrélation peut être faite entre la présence sur Internet et les résultats. Ainsi, tous les partis politiques ayant obtenu plus d'un siège possédaient au moins un site web et une page Facebook. Selon *Klout*³, en croisant les données sur les pages Facebook principales des partis politiques (nombre de fans, de commentaires, de « J'aime ») avec les données de Twitter (nombre de tweets, de following, de followers) les trois partis en tête (Ennahdha, le Congrès Pour la République et Ettakatol) avaient une e-réputation supérieure aux autres partis politiques. Nous relevons qu'hormis leur page officielle, ces trois partis disposaient d'un compte Twitter et d'une déclinaison de pages Facebook par région, par ville voire même par quartier. Nous notons enfin que chaque leader disposait de pages personnelles plébiscitées : Rached Ghannouchi comptait 183132 fans, Moncef Marzouki 62918 fans et Mustapha Ben Jaâfar, 29272 fans...

Si nous élargissons encore la recherche, nous constatons que sur les 217 membres élus de l'assemblée constituante, 105 possédaient une page Facebook (48%). La présence sur Facebook varie selon les partis : le taux est de 93% au CPR, 80% au PDM, 76% au PDP, 75% à Afek Tounes, 62% au FDTL, 42% à Ennahdha et de 10% en moyenne pour les autres partis. Logiquement le nombre de fans varie aussi fortement selon les partis et les leaders allant de plus de 30000 à moins de 10 fans (au 29 octobre 2011). Tous ces chiffres sont très intéressants pour les partis et révélateurs des usages mais qu'en est-il du côté des électeurs ?

96%⁴ des Tunisiens n'appartenaient à aucune formation politique ! Malgré cela, les murs Facebook se sont transformés, pendant la période électorale, en de véritables espaces militants. Les logos des partis politiques ont souvent remplacé les photographies des profils, les posts annonçaient pour qui le facebookeur allait voter, des informations plurisémiotiques faisant la promotion de tel ou tel parti étaient publiées. Ainsi, sans être adhérents à un parti politique, les internautes se sont transformés en militants-amateurs. En effet, les réseaux sociaux permettent un engagement distancié et limité dans la durée, couplé un coût d'action très faible. Le militant-amateur-internaute peut désormais participer à une action militante sans adhérer forcément durablement au mouvement. Il s'agit d'un militantisme « post-it », détachable et mobile, résiliable à tout instant (Ion, 1997) puisqu'il peut s'en démarquer sans plus de coût à la sortie qu'il ne nécessite de coût à l'entrée.

¹ Faute de réglementation garantissant la neutralité et la fiabilité des sondages, l'ISIE a interdit leur publication et leur commentaire dès le 1^{er} octobre 2011.

² Par exemple, « Elections Tunisie 2011, le pronostic de Facebook », <http://goingnext.com/opendata/2011/10/23/elections-tunisie-2011-le-pronostic-de-facebook/>, consulté le 24/10/2011

³ Agrégateur politique tunisien, sur <http://labaix.com/po/?view=klout>, consulté le 22 octobre 2011.

⁴ Institut de Sondage et de Traitement de l'Information Statistique, <http://www.istis-tunisie.com/medias/Rapport-Sondage-situation-politique.pdf>, consulté le 28/11/2011.

Nous précisons encore que ce militantisme électronique paraît présenter des caractéristiques propres au mode. Le militantisme sur un réseau social se distingue de celui sur des blogs ou des sites. En effet, la recherche d'un site ou d'un blog militant est un acte volontaire (Ollitrault, 1999) qui nécessite des pré-requis. L'internaute doit être prédisposé idéologiquement et disposer d'un minimum d'informations sur le parti en question afin de conduire la recherche. La contrainte est moindre dans le cas du réseau social Facebook. Les liens hypertextes publiés par les militants-amateurs sur leurs murs permettent aux autres facebookeurs d'accéder aux sites, aux blogs et autres pages Facebook recommandés. Ainsi la phase de recherche et de sélection des sources est pré-effectuée par un maillon du réseau qui les diffuse ensuite largement grâce aux autres membres de son réseau. En prenant l'exemple de Walid, sympathisant du mouvement Ennahdha, nous remarquons que son militantisme s'organise selon un mode réticulaire. Au-delà des posts qu'il dépose lui-même (ou par ses « amis »), son mur est alimenté par les pages auxquelles il est affilié. En effet, Walid est inscrit à 23 pages Facebook dédiées au mouvement Ennahdha, 7 pages en lien direct avec ce parti (pages d'hommes politiques du mouvement) ainsi que d'autres pages en lien indirect avec le mouvement (pages à référent religieux). Ce dernier exemple montre que ce militantisme « post-it » n'est pas pour autant dénué d'engagement. Celui-ci peut aller bien au-delà de la simple lecture du commentaire qui accompagne le lien et se traduire par la consultation du document depuis sa source. L'internaute est donc à tout moment susceptible de franchir une étape supplémentaire dans l'engagement militant.

Conclusion

Si les TIC ont occupé une place importante dans les élections tunisiennes, la majorité des électeurs se trouvait (et se trouve encore) en dehors de cet espace discursif public. 7,5 millions d'électeurs étaient appelés aux urnes, moins de 2,5 millions (en âge de voter) sont inscrits sur Facebook¹. Cette « majorité silencieuse », a priori exclue d'une forme essentielle du dialogue démocratique, a prouvé qu'elle était puissante aussi. Des candidats absents du débat politique national ont ainsi été élus à l'instar des candidats de la liste indépendante Al Aridha, arrivée en troisième position avec 26 sièges².

Malgré tout, les TIC ont certainement permis aux élections de se tenir dans des conditions « optimales ». Elles ont facilité la création d'une communauté d'observateurs-amateurs comme elles avaient fait naître des journalistes-amateurs pendant la révolution. Ces citoyens deviennent ainsi les membres d'une communauté sans s'inscrire dans une action pérenne mais ponctuelle, liée à la durée de l'événement (révolution, élection...). Qu'ils soient journalistes-amateurs, militants « post-it » ou observateurs-amateurs, ils s'appuient sur des réseaux construits par eux-mêmes et épousent une cause précise, de façon intensive pour une période limitée (Flichy, 2010). Les TIC et les médias électroniques participent donc activement à la fondation d'une nouvelle « société de l'information » en Tunisie.

Bibliographie

DABENE, O., GEISSER, V. et MASSARDIER, G., 2008, *Autoritarismes démocratiques et démocraties autoritaires au 21^{ème} siècle. Convergences Nord/Sud*, Paris. La Découverte (Coll. Recherches), p. 334.

FLICHY P., 2010, *Le sacre de l'amateur. Sociologie des passions ordinaires à l'ère numérique*, Paris, Seuil, p. 96.

HABERMAS J., 1978, *L'espace public*, Paris, Payot, p. 328.

ION J., 1997, *La fin des militants ?*, Paris, Editions de l'Atelier, p. 124.

¹ <http://www.checkfacebook.com/>

² Quasi absente sur les réseaux sociaux et sur les médias traditionnels nationaux, Al-Aridha a mené une campagne active sur le terrain ainsi que sur Al-Mostakilla, chaîne privée satellitaire de Hechmi Hamdi.

OLLITRAULT S., 1999, «De la caméra à la pétition-web. Le répertoire médiatique des écologistes », Réseaux, volume 17, n° 98, pp. 153-185.

AXE 3 :

Constructions identitaires, usages médiatiques des minorités ethniques, culturelles, linguistiques, religieuses et régionales

Usages des médias au Togo : La perception d'étudiants en journalisme de l'Université de Lomé

Christian Agbobli <agbobli.christian@uqam.ca>

Marie Gesseume-Rioux <gesseume-rioux.marie@courrier.uqam.ca>

Université du Québec à Montréal

Menées au Togo peu après les élections présidentielles de 2010, nos recherches sur les usages des médias par les étudiants en journalisme de l'Université de Lomé visent à dresser un portrait de la consommation médiatique de cette couche de la population et à réfléchir sur le rôle des médias dans la constitution d'un espace public. Au terme de plusieurs entrevues de groupe semi-dirigées menées de façon à permettre la génération de théories empiriquement ancrées, nous avons été à même de dégager trois critères principaux guidant les choix médiatiques de nos répondants : l'oralité, la prise en charge du message et la disponibilité du médium.

Introduction

La consommation médiatique en Afrique est un des parents pauvres de la littérature scientifique dans le domaine des sciences de l'information et de la communication. Certains ouvrages généralistes (tels ceux d'André-Jean Tudesq) dressent le portrait des médias africains en effectuant une recension par pays. D'autres auteurs présentent les médias dans une logique de compréhension des rapports avec les pouvoirs économiques et politiques (Marie-Soleil Frère). Certaines recherches procèdent à une étude de cas détaillée des médias dans chaque pays (on pense notamment à Ndiaga Loum sur le Sénégal ou Serge-Théophile Balima sur le Burkina). Ces recherches proviennent d'auteurs africains ou non. Le présent article s'inscrit dans les recherches médiatiques ciblant la zone géographique africaine en misant sur des études de cas. Notre objectif est de présenter – par le biais de la perception d'étudiants en journalisme- un exemple de consommation médiatique ainsi que les liens de celle-ci avec la culture du pays analysé, le Togo. La première partie de l'article porte sur la présentation du Togo et de certains éléments contextuels sur les plans social, économique, politique et médiatique. La deuxième partie traite de la méthodologie de la recherche. La troisième et la quatrième parties dressent un portrait de la consommation médiatique des répondants et fournissent des éléments de compréhension de l'appropriation des médias dans le contexte togolais.

Mise en contexte du Togo

Pays d'Afrique de l'Ouest, le Togo a une longue histoire politique, économique, sociale et culturelle qui reflète d'une certaine manière le parcours de bons nombres de pays africains. Dans cette section, nous abordons le contexte économique et politique, le contexte socio-culturel et le contexte médiatique.

Contexte historique, économique et politique

L'histoire du Togo est bien ancienne et remonte à plusieurs millénaires. Toutefois, pour des raisons de cohérence avec le propos du présent article, nous présentons le contexte à partir de la colonisation allemande.

Quoique d'une superficie réduite (le Togo allemand s'étendait sur 87 000 kilomètres carrés et le Togo actuel sur 56 000 kilomètres carrés), le Togo eut une grande importance historique, tant par la diversité de ses aires culturelles que par son histoire coloniale changeante¹. En effet, le Togo fut

¹ Messam Aduayom et Josette Kponton, sous la dir. de Catherine Coquery-Vidrovitch et Odile Goerg, *L'Afrique occidentale au temps des Français. Colonisateurs et colonisés, c. 1860-1960*, Éditions La Découverte, Paris, 1992, p. 407.

une colonie allemande pendant trente ans, pour être séparé entre la France et la Grande-Bretagne à la suite de la Première Guerre mondiale. On remarquera toutefois que l'histoire du Togo ne commence pas avec ces événements. Sous la pression des nationalistes togolais et de l'ONU, un Conseil de gouvernement a pu être constitué. En 1957, alors que le Togo britannique était intégré au Ghana, nouvel État indépendant, la France proclama la République autonome du Togo et nomma Nicolas Grunitzky premier ministre. Par la suite, Sylvanus Olympio arracha l'indépendance et devint le premier président du pays de 1960 à 1963.

Dans les années précédant et suivant l'indépendance, les togolais échangeaient et communiquaient par le biais de journaux clandestins. Toutefois, les formes de communication les plus prisées étaient l'oralité, le bouche à oreille, les réunions publiques.

Le 13 janvier 1963, le père de l'Indépendance togolaise fut assassiné par « d'anciens tirailleurs de l'armée coloniale française, dont le sergent-chef Étienne Gnassingbé Eyadema, démobilisés au terme de la guerre d'Algérie¹ ». Selon Michel Adovi Goeh-Akue, le renversement du régime par l'armée était provoqué par le fait que la politique rigoureuse et austère de Sylvanus Olympio avait irrité la population². Pour d'autres, l'implication de la France était évidente : « Sylvanus Olympio a[vait] eu le tort de s'être formé en Angleterre, d'inviter l'ancien commissaire impérial allemand du Togoland et de vouloir battre une monnaie nationale garantie sur le deutschmark³ ». Quoique ce ne soient là que deux lectures parmi plusieurs de l'événement⁴, il est intéressant de noter que « par la disparition [...] du premier président du Togo indépendant, le Togo [fut] le premier pays de l'Afrique au sud du Sahara à inaugurer la série des coups d'État militaires⁵ ». Nicolas Grunitzky, autre figure politique et premier ministre avant Olympio, lui succéda comme président, mais il ne resta que quatre ans au pouvoir, ne réussissant pas à instaurer un régime stable et démocratique⁶. Un soulèvement populaire contre l'immobilisme, en novembre 1966, mit à mal le gouvernement, la foule ayant dû être dispersée par les Forces armées. Le 13 janvier 1967, l'armée prit les rênes du pouvoir sous la conduite de Gnassingbé Eyadéma⁷. Le pouvoir restera entre les mains de « celui qui était persuadé de détenir son pouvoir de Dieu⁸ » jusqu'à sa mort le 5 février 2005. Depuis, son fils Faure Gnassingbé, jusque-là ministre de l'Équipement et des Mines, est au pouvoir.

Depuis son indépendance, le régime politique au Togo oscille entre monopartisme et démocratie et les politiques ont souvent instrumentalisé la population en créant une certaine ethnicisation de la société.

Contexe socio-culturel

Selon le recensement général de novembre 2010, le Togo compte 6 191 155 habitants⁹. On notera qu'il est modérément urbanisé puisque, en 2008, 42 % de la population habitait en milieu urbain (contre 50 % au Ghana, 41 % au Bénin et 20 % au Burkina Faso, les pays limitrophes). Par ailleurs, tout laisse croire que le système de santé présente de nombreuses défaillances, l'espérance de vie moyenne étant de 59,66 ans, ce qui situe le pays au 146^e rang (sur 224). Selon l'estimation de 2007, le taux de prévalence du SIDA de 3,3 % (à titre de comparaison, celui du Canada est de

¹ Jacques Morel, «Calendrier des crimes de la France outre-mer», *L'Esprit Frappeur*, n°100, 2001, Paris, p. 11.

² Michel Adovi Goeh-Akue, «Synthèse de l'histoire du Togo», *Histoire de l'Afrique de l'Ouest*, p. 3, [en ligne], <http://www.histoire-afrique.org/article45.html>. Page consultée le 2 février 2010.

³ Jacques Morel, *op. cit.*, p. 12.

⁴ De la sorte, Comi M. Toulabor souligne que cette lecture coïncide avec le discours de propagande du régime de Gnassingbé Eyadema qui vise à «la stigmatisation du régime de S. Olympio " qui a conduit [ce] cher pays au bord de la crise civile» (Comi M. Toulabor, *Le Togo sous Eyadéma*, Éditions Karthala, Paris, 1986, p. 17).

⁵ Messam Aduayom et Josette Kponton, *op. cit.*, p. 431.

⁶ Goeh-Akue, *op. cit.*, p. 3.

⁷ *Idem.*

⁸ Comi M. Toulabor, «Gnassingbé Eyadéma», *Encyclopaedia Universalis*, [en ligne], <http://www.universalis-edu.com/article2.php?napp=46060&nref=UN06050>. Page consultée le 28 janvier 2010.

⁹ L'Union, bi-hebdomadaire togolais d'information et d'analyse, no 463, 10 janvier 2012

0,4 %). On notera aussi une importante inégalité au niveau de l'éducation : les garçons fréquentent l'école en moyenne 11 ans, alors que cette scolarisation descend à sept ans pour les filles.¹

Le Togo, comme nombre de pays africains, rassemble en son sein des groupes ethniques aux origines diverses :

La population est composée d'une mosaïque de groupes ethniques et de peuples. On en recense près de quarante-cinq; les plus importants sont les Éwé au sud (45,4 %) et les Kabyé (ou Kabré) au nord (23,9 %). Une multitude de langues sont parlées; les plus courantes sont l'éwé et son altération le « mina », le kabyé, le kotokoli; le français est la langue officielle. La même variété se retrouve sur le plan religieux avec l'animisme (plus de 60 %), le christianisme (30 %) et l'islam.²

Ce pluralisme ethnique se décline à différents niveaux. Sur le plan urbain par exemple, la population est répartie dans la ville de Lomé en fonction d'affinités ethniques (Gervais-Lambony et Nyassogbo, 2007). Sur le plan politique, les nominations sont faites en respectant un savant dosage d'équilibre entre les différents groupes ethniques, même si plusieurs médias soulignent que les membres de l'ethnie Kabyè sont surreprésentés dans différents milieux : ministères, armée, organismes publics.

Contexte médiatique

Le rôle des médias au Togo a toujours été central : comme ailleurs, ils ont été instrumentalisés par les responsables politiques tout en contribuant à soulever des controverses. Le rôle de la presse est particulièrement important dans les pays où la démocratie n'est pas encore bien ancrée, les médias « représent[ant] un acteur incontournable de la société. Par leur discours, ils participent à la formation de l'opinion publique. Faisant le lien entre les gouvernants et les gouvernés, ils deviennent les metteurs en scène du jeu politique³ ».

Même si plusieurs médias clandestins existaient pendant la colonisation, l'avènement des médias est apparu officiellement avec Radio-Lomé en 1953. Le quotidien d'État Togo-Presse « grand quotidien national d'informations » fut créé en 1962 et cohabitait avec des journaux privés tels que Le Petit Yaovi, Atopani express ou le Courrier du Golfe. Puis vint la télévision en 1973 et Radio-Kara en 1975. Avec le processus de démocratisation, de nouveaux médias furent créés : une dizaine de chaînes de télévision, une quarantaine de chaînes de radio et près d'une centaine de journaux écrits. À côté de ces médias nationaux, les chaînes étrangères apparurent (télévision et radio).

On peut constater que la diffusion de l'information au Togo se fait par deux moyens parallèles : 1. les médias dits traditionnels tels que la communication interpersonnelle, l'oralité et 2. Les médias dits modernes tels que la télévision, la presse écrite, la radio ou Internet. Dans le cadre de notre réflexion, nous avons ciblé les médias modernes.

Méthodologie de la recherche

Des recherches furent menées sur le terrain (au Togo) de façon à recueillir des informations de première main, directement issues de répondants liés à notre problématique. Quatre groupes focus ont été organisés; dans le cadre de ceux-ci, des petits groupes de 10 étudiants universitaires en

¹ Les statistiques présentées dans ce paragraphe proviennent toutes des pages consacrées au Bénin, au Burkina Faso, au Ghana et au Togo sur le site de la CIA *World Factbook* (CIA, *World Factbook*, [en ligne], <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/index.html>. Page consultée le 31 janvier 2010 et le 12 octobre 2010).

² Jean Du Bois de Gaudusson, «Togo», *Encyclopaedia Universalis*, [en ligne], <http://www.universalis-edu.com/article2.php?nref=S180281>. Page consultée le 31 janvier 2010.

³ Domitille Duplat, *Liberté de la presse, responsabilité des médias, l'Afrique sur la voie de l'autorégulation*, Éditions du GRET, Paris, 2002, p. 12.

communication ont été consultés sur leurs pratiques de presse. La décision de questionner essentiellement des étudiants en journalisme s'appuie sur le fait qu'ils devraient avoir une réflexion plus poussée quant à leurs propres pratiques de réception de la presse. Des données de nature qualitative ont donc été rassemblées au cours de ces entretiens autour de la problématique des pratiques de presse et de leur rôle dans la constitution de l'identité d'une nation postcoloniale. Il s'agissait d'une démarche de type majoritairement inductif, puisque de nouvelles questions d'entretiens furent générées avant chaque groupe focus. Les techniques de cueillette de données furent de trois ordres : une analyse documentaire, des focus group et des entretiens semi-dirigés.

Analyse documentaire

Une analyse documentaire préalable a permis de faire le point sur les écrits réalisés par les chercheurs « locaux » à propos des questions linguistiques et identitaires. Cette collecte de données s'échelonna tout le long du séjour d'une durée de 3 mois. Elle a servi entre autres à compléter le contexte historique, les données récentes manquant singulièrement.

Groupes focus

Par la suite, cinq semaines ont été consacrées à une série de *groupes focus* semi-dirigés visant à comprendre comment les étudiants togolais disaient utiliser la presse. Les participants ont été recrutés à l'ISICA (Institut des Sciences de l'Information, de la Communication et des Arts) de l'Université de Lomé.

Les groupes focus étaient composés de 12 participants, recrutés sur une base volontaire. Le sexe féminin était légèrement surreprésenté (sept répondantes contre 5 répondants) et la moyenne d'âge était de 24 ans (la répondante la plus jeune ayant 19 ans et le répondant le plus âgé en ayant 37)¹. Quatre groupes focus d'environ deux heures ont été organisés avec les mêmes participants dans leur salle de classe habituelle. De la sorte, une dynamique de groupe s'est vraiment créée et le discours a pu évoluer. Il est à noter que si la première série de questions était rédigée d'avance, les suivantes l'ont été au fur et à mesure, de façon à permettre des boucles de rétroaction. Ce mode opératoire, issu de l'approche méthodologique de Miles et Huberman, a pour but de permettre des ajustements des outils de recherche (questions et matrices d'analyse) tout au long du processus de cueillette de données. Si cette approche inductive rallonge la durée des investigations, elle permet toutefois de minimiser l'impact des *a priori* du chercheur.

Les entretiens semi-dirigés

Plusieurs entretiens furent organisés avec des acteurs importants dans le domaine du journalisme togolais (Président et rapporteur de la Haute autorité de l'audiovisuel et de la communication (HAAC), Président de l'Observatoire togolais des médias, Directeur de la Maison de la Presse), des chercheurs qualifiés sur notre sujet de recherche (les professeurs Goeh-Akue et Batchana, spécialistes respectivement d'histoire et des questions de liberté de presse au Togo) et avec la directrice de l'ISICA.

Présentation des résultats : portrait de la consommation médiatique des répondants

Dans cette section sont abordées tour à tour les consultations de la presse écrite, de la radio et de la télévision. La question de l'utilisation d'Internet par les étudiants ne sera pas traitée. En effet, dès la première entrevue de groupe ils mentionnèrent qu'ils ne l'utilisaient que très épisodiquement², pour rester en contact avec de la famille hors du continent ou pour des recherches universitaires.

¹ L'anonymat des participants a été garanti.

² Exception faite de Bruno, directeur de publication, qui l'utilise quotidiennement dans le cadre de sa pratique professionnelle.

Puisqu'ils affirmaient ne pas consulter ce médium dans une optique informative, il ne semblait pas pertinent de s'y attarder outre mesure.

Consultation de la presse écrite

Quoiqu'elle rallie les suffrages de tous les étudiants, la presse internationale n'est que peu consultée par ces derniers. Ainsi, il apparaît que très peu d'étudiants, même en journalisme, peuvent se prévaloir d'un accès régulier à la presse imprimée internationale. Ainsi, seuls deux étudiants sur douze ont mentionné qu'un membre de leur famille immédiate était abonné à *Jeune Afrique*. Les répondants ont toutefois signalé que chaque fois qu'un proche revenait de l'étranger, ils lui demandaient de rapporter quelques journaux.

Quant à la presse imprimée nationale, même si elle est plus abordable que la presse internationale, elle n'est que très peu achetée par les étudiants. Ceux qui la consultent régulièrement dépendent, une fois encore, d'un membre de leur famille. Souvent, la presse est reçue par le père dans le cadre de son emploi, puis est ramenée au domicile familial. Nonobstant cette plus grande disponibilité, nombreux sont les étudiants qui mentionnent ne pas avoir le temps de la consulter; en effet, leur semaine de cours est très chargée (soit, au semestre durant lequel ils ont été interrogés, 43 heures par semaine).

Le directeur de la Maison de la Presse, interrogé sur l'impact de la multitude des titres de publication, répond qu'elle est en relation directe avec la piètre qualité du contenu de la presse écrite togolaise :

pour émerger du lot, il faut trouver du sensationnel, il faut trouver l'information qui frappe, qui accroche, la petite information, de rien du tout, est gonflée pour que le titre puisse frapper et pour que les gens puissent sauter là-dessus et le drame dans ça, c'est que vous trouvez un gros titre, vous ouvrez le journal vous voyez l'article dans un petit coin qui ne dit même pas ce que le titre vient de dire, voilà, donc la qualité s'en ressent, parce que les gens ont besoin de vendre pour survivre.¹

Consultation de la radio

La population en générale, peu instruite², apprécie les émissions prenant la forme de débat interactif en langue vernaculaire (le plus souvent, il s'agira du mina, langue véhiculaire au Togo). En effet, si le français est la langue officielle de ce pays, il faut bien reconnaître que ce sera rare que, dans la rue, deux Togolais conversent dans cette langue, les langues vernaculaires étant beaucoup plus largement utilisées dans la communication interpersonnelle. De la sorte, il va sans dire que le choix de présenter une émission dans une langue nationale, plutôt qu'en français, a une incidence, tant sur le contenu diffusé que sur le public ciblé.

Par ailleurs, ainsi que le remarque Alexandre, le sujet de ces émissions tourne habituellement vers « la santé et l'éducation... et les faits sociaux aussi ³ ». En somme, ces émissions poursuivent un double objectif pédagogique et de renforcement culturel. On relèvera donc l'importance du fait de parler de soi, et ce dans sa langue. Ainsi, la pérennité des débats interactifs en langue vernaculaire est assurée par le besoin grandissant de voir reconnues les réalités culturelles togolaises. Il est capital de souligner que la radio est le principal média à garantir une certaine réciprocité de l'information au Togo. Alors que la presse écrite, en raison du nombre limité de pages (des difficultés financières restreignant le volume des publications), ne peut offrir de tribune à la population et que, par définition, la télévision est un média unidirectionnel, la population se tourne vers la radio afin d'avoir voix au chapitre.

¹ Directeur par intérim de la Maison de la Presse, *Entrevue sur le journalisme au Togo*, Maison de la presse, 6 mai 2010.

² La population adulte est alphabétisée à 56,9% (PNUD, «Le Togo en bref», *Programme des Nations Unies pour le développement. Togo*, [en ligne], <http://www.tg.undp.org/undptogo/togo.htm>. Page consultée le 1er juillet 2010).

³ Alexandre, *Groupe focus 2, ISICA*, 15 avril 2010.

Dans le même ordre d'idées, pour un autre étudiant, la popularité des débats interactifs trouve sa source dans l'histoire politique du pays. Ainsi, après avoir été réprimé pendant une centaine d'années, le Togolais veut jouir au maximum de sa nouvelle liberté d'expression. Selon Fany, une étudiante interviewée, la popularité des émissions interactives est directement liée à la culture ouest-africaine dont les liens sociaux sont traditionnellement fondés sur l'oralité.

Toutefois, ces étudiants portent un regard critique sur la qualité de ces émissions et en particulier sur l'impartialité des animateurs.

Ceci dit, le professeur d'histoire à l'Université de Lomé Essohanam Batchana émet une réserve à l'égard de cette pénétration de la radio dans les milieux ruraux :

il faut quand même reconnaître que même c'est vrai la radio diffuse l'information, mais en dehors des milieux urbains, combien sont-ils à avoir des postes... des postes radio? Ils ne sont pas très nombreux et puis, l'autre problème aussi c'est qu'ils n'ont pas suffisamment le temps aussi pour écouter la radio, [...] 60 % ou même plus, de la population est agricole et donc pendant la journée ils sont dans les champs et ce n'est pas évident qu'ils y aillent avec un poste radio à côté et lorsqu'ils reviennent le soir ils sont un peu fatigués et la préoccupation majeure ce n'est pas d'écouter la radio.¹

Consultation de la télévision

Interrogés en entrevues individuelles, 11 étudiants sur 12 ont décrété avoir la télévision comme média de prédilection. La raison évoquée est toujours la même : la télévision est le média qui a le plus haut degré de crédibilité. Ainsi, dans une culture où les relations interpersonnelles sont centrales, ce média a le mérite de donner à voir le présentateur du journal télévisé qui, pour les étudiants, se porte en quelque sorte garant des informations présentées : « pour la télévision d'abord, il faut présenter l'information, montrer les faits et celui qui présente est vu de tous² ».

Réflexions sur l'appropriation des médias en contexte togolais

La consultation des médias par les étudiants en journalisme de l'Université de Lomé montre que leur choix porte davantage sur la télévision et sur la presse imprimée étrangère. Dans le même temps, ils sont conscients que la population valorise la radio et que la presse écrite est sensationnelle. En fait, trois critères principaux guidant les choix médiatiques de nos répondants : l'oralité, la prise en charge du message et la disponibilité du medium.

Ainsi, les étudiants interrogés disaient préférer de loin les sources d'information orales (communication en présence, radio et télévision). Si la majorité des répondants ne consultaient qu'occasionnellement la presse imprimée et Internet, tous cependant écoutaient de façon régulière la radio, l'utilisation de celle-ci étant bien ancrée dans leur quotidien.

Par ailleurs, la prise en charge du message par un présentateur avait aussi un impact majeur sur le degré de crédibilité qui lui était accordé. À ce niveau, la télévision gagnait haut la main : le fait qu'un présentateur se présente physiquement était, pour nos répondants, la garantie d'un certain standard de qualité de l'information. Le journaliste était perçu comme endossant, comme prenant le risque du message : on peut supposer que dans une région du monde où les représailles contre les défenseurs de la liberté de presse furent nombreuses, un tel comportement est considéré comme un acte de courage.

Finalement, la disponibilité du médium prenait un poids autrement plus important au Togo : alors que les ressources financières étaient limitées et freinaient les achats de journaux, les difficultés d'approvisionnement ne laissaient guère de chance à la presse imprimée.

¹ Essohanam Batchana, *Entrevue la constitution de l'espace public et le journalisme au Togo*, Université de Lomé, 18 mai 2010.

² Alexandre, *Groupe focus 1, ISICA*, 1 avril 2010.

Dimensions culturelles des pratiques médiatiques

Pour Birdwhistell, communication et culture sont interdépendantes et interreliées :

Du point de vue présenté ici, la communication pourrait être considérée, au sens le plus large, comme l'aspect actif de la structure culturelle. [...] Ce que j'essaie de rendre, c'est l'idée que la culture et la communication sont des termes qui représentent deux points de vue ou deux méthodes de représentation de l'interrelation humaine (*interconnectedness*), structurée et régulière. Dans « culture », l'accent est mis sur la structure; dans « communication », sur le processus.¹

En somme, pour simplifier les choses, on comprendra la communication comme une certaine performance de la culture². Dans ce sens, les usages des médias par les répondants illustrent le contexte culturel dans lequel ils vivent.

Dans une réflexion sur l'espace public médiatisé, Dominique Wolton, en 1992, mentionnait que la médiatisation du discours public était inhérente à une « société individualiste de masse » qui accordait « une priorité [...] à tout ce qui facilite l'expression, l'identité, la libération de l'individu³ ». Dès lors, il semble inévitable de se questionner sur la possibilité d'une médiatisation de l'espace public en Afrique de l'Ouest puisque l'individu est perçu de façon différente, davantage comme un atome de la communauté. Ainsi, à la question « Si vous aviez à choisir trois cartes identitaires, trois caractéristiques vous définissant comme individu unique, quelles seraient-elles? » les participants ont tous eu de la difficulté à répondre. Pourtant, cette question de recherche⁴ avait déjà fait ses preuves. Appliquée en contexte nord-américain, elle permettait de cerner les traits constitutifs de la personnalité des interviewés. Or, en contexte africain, malgré le fait que les répondants étaient scolarisés, généralement issus de milieux plus aisés et habitaient en zone urbaine, ils restaient perplexes. Un étudiant questionné ultérieurement sur son hésitation répondra « personnellement c'est le concept "carte identitaire", je ne savais pas exactement ce que cela renfermait⁵ ». Cette réponse corrobore donc une hypothèse posée dès le départ : le monde n'est pas compris dans sa relation avec l'individu, mais plutôt avec la communauté. De même, l'oralité faisant partie de la culture togolaise, le parti pris pour des médias « oraux » reflètent une certaine volonté de cohésion avec la société.

Parallèlement à la dimension culturelle des pratiques médiatiques, on peut relever l'importance de l'économie dans les usages que font les citoyens togolais des médias.

Dimensions économiques des pratiques médiatiques

En 2008, le Togo était situé au 159^e rang sur 179 pays⁶ de l'Indicateur de développement humain du PNUD. À ce titre, le Produit intérieur brut par habitant était de 1506 dollars américains (1154 euros) tandis que le revenu par habitant en 2005⁷ était de 360 dollars américains, soit autour de 168 500 FCFA (256 euros). Le prix moyen d'un journal est de 250 FCFA, l'équivalent d'au moins un bon repas, du prix de deux aller-retour en ville avec un taxi-moto. Ceci constitue un handicap à la consommation de la presse nationale ou internationale.

¹ Birdwhistell, cité par Yves Winkin, *Anthropologie de la communication* (1996), Éditions Du Seuil, Paris, 200, pp. 71-72.

² Pour une analyse sommaire de l'incidence de la culture sur les règles conversationnelles, on consultera Catherine Kerbrat-Orecchioni, «L'analyse des conversations», dans Philippe Cabin et Jean-François Dortier (dir.), *La communication. État des savoirs*, Éditions Sciences humaines, Auxerre, 2008, pp. 129-136. Relevons aussi que, pour Catherine Kerbrat-Orecchioni, les compétences idéologiques et culturelles interviennent tant au moment de l'émission d'un message que de sa réception (Catherine Kerbrat-Orecchioni, *L'énonciation: de la subjectivité dans le langage* (1980), Éditions Arman Colin, Paris, 1999, p. 21-22).

³ Dominique Wolton, «Les contradictions de l'espace public médiatisé», *L'espace public*, CNRS Éditions, Paris, 2008, p. 33. Reprise du n°10 de la revue *Hermès, Espaces publics, traditions et communautés*, 1992.

⁴ Suggérée par l'anthropologue Luce Des Aulniers.

⁵ Jacob, entrevue Internet, 12 juillet 2010.

⁶ UNDP, *Human Development Indices: A statistical update 2008*, New York. Disponible à http://hdr.undp.org/en/media/HDI_2008_EN_Complete.pdf

⁷ Source issue du site officiel de la République togolaise. Disponible à l'adresse suivante : <http://www.republicoftogo.com/central.php?o=9&s=0&d=3&i=2963>

Même si la consommation de la télévision, prisée par les citoyens, a un coût, celui-ci est principalement limité à l'achat de la télévision et de la consommation de l'électricité. En fait, l'usage de la télévision se fait en groupe, ce qui a pour conséquence de repenser l'usage de celle-ci dans une dimension culturelle : ainsi, contrairement à ce qu'affirme Wolton, l'espace public télévisé au Togo correspond à une société collectiviste qui rationalise ses dépenses.

Quant à la radio, son usage est en adéquation avec le contexte togolais. Sur le plan culturel, son caractère oral permet aux citoyens d'entrer en relation les uns avec les autres, de discuter sur des enjeux de société et *in fine* de construire un espace public.

La notion d'espace public est née en Occident (dans la mesure, cela va de soi, où l'« Occident » en tant que tel est une création de l'esprit, une catégorisation mouvante et subjective), dans un contexte d'émergence de la bourgeoisie et de Révolution industrielle. Il convient donc de se questionner sur l'applicabilité de cette notion en contexte d'Afrique occidentale. En effet, le Togo est un pays majoritairement rural et 57,7 % de la population active travaille dans le secteur de l'agriculture, de l'élevage et de la pêche¹. Selon Habermas, la sphère publique, « c'est l'usage public du raisonnement (p38) ». Certes, dans les sociétés individualistes, ce raisonnement se déroule en présence, dans les bars et cafés. Dans les sociétés collectivistes, ce raisonnement se fait également en présence, en groupe et souvent par le biais d'émissions radiophoniques interactives.

Conclusion

L'analyse de l'usage des médias par les étudiants en journalisme de l'université de Lomé constitue un moyen pour comprendre le rôle des médias dans la constitution d'un espace public dans un contexte non occidental. Tout en s'inspirant des théories occidentales, il apparaît que la consommation médiatique répond à trois critères (l'oralité, la prise en charge du message et la disponibilité du médium) qui illustre les enjeux sociétaux qui touchent le Togo. Dans le même temps, la portée de notre étude se limite à la taille des répondants et ne constitue d'aucune manière une généralisation sur l'usage des médias au Togo. Cette recherche permet néanmoins de dresser un premier portrait de consommation médiatique dans un pays qui a une tradition médiatique quelque peu méconnue.

Bibliographie

DAGHMI F., 2009, «Constructions identitaires. Journalistes et changement social», dans Christian Agbobli (dir.) *Quelle communication pour quel changement ?*, Québec, Éditions des Presses de l'Université du Québec, 265 pages

ADUYAYOM M., KPONTON J., 1992, « Le Togo », dans Catherine Coquery-Vidrovitch et Odile Goerg (dir.), *L'Afrique occidentale au temps des Français. Colonisateurs et colonisés, c. 1860-1960*, Paris, Éditions La Découverte, 460 pages

DUPLAT D., 2002, *Liberté de la presse, responsabilité des médias, l'Afrique sur la voie de l'autorégulation*, Paris, Éditions du GRET, 96 pages

GERVAIS-LAMBONY Ph., NYASSOGBO G., 2007, *Lomé : Dynamiques d'une ville africaine*, Paris, Karthala, 326 pages

HUBERMAN M., MILES M., 1991, *Analyse des données qualitatives. Recueil de nouvelles méthodes*, Bruxelles, Éditions De Boeck, 480 pages

L'UNION, bi-hebdomadaire togolais d'information et d'analyse, no 463, 10 janvier 2012

MOREL J., 2001, «Calendrier des crimes de la France outre-mer», *L'Esprit Frappeur*, n°100, 2001, Paris, p. 11

TOULABOR C. M., 1986, *Le Togo sous Éyadéma*, Éditions Karthala, Paris, 332 pages

¹ PNUD, *Rapport QUIBB 2006*, p. 66, [en ligne], <http://www.tg.undp.org/download/Rapport%20QUIBB%202006%20PNUD.pdf>. Page consultée le 21 mars 2010.

WINKIN Y., 1996, *Anthropologie de la communication*, Paris, Éditions Du Seuil, Paris, 239 pages
WOLTON D., 2008, «Les contradictions de l'espace public médiatisé», *L'espace public*, CNRS Éditions, Paris, 2008, p. 33. Reprise du n°10 de la revue *Hermès, Espaces publics, traditions et communautés*, 1992.

La ridiculisation numérique des autorités politiques sur le site de partage www.kharabeech.com : le cas du printemps arabe.

Mahdi Amri < amrimahdi@yahoo.fr >

Institut Universitaire de Technologie d'Angoulême. Université de Poitiers

Dana Abi Karam < dana_karam@hotmail.com >

Université de Bordeaux 3

Depuis les événements de Tunisie et avec plus de vigueur ceux de la place Tahrir en Egypte, les mouvements de révolte annonçant un printemps arabe entraînent de nombreux observateurs à parler de la première révolution politico-numérique dans le monde. En Tunisie, en Egypte et en Lybie, Syrie et au Yémen, es réseaux sociaux militants accompagnent et structurent la mobilisation à la fois par leur efficacité dans la diffusion de mots d'ordre par leur capacité à transmettre une information non soumise au contrôle de la censure. Ces réseaux numériques sont propices à l'incubation d'une culture commune et à la création de « communautés imaginées » au sens de B. Anderson. (Pagès-El Karoui & Vignal, 2011, p.3) L'objectif de notre communication est donc de répondre aux deux questions suivantes : 1). A partir d'un usage et d'une appropriation augmentés des réseaux sociaux numériques dans un contexte de révolution peut-on parler de l'émergence d'une opinion publique en ligne ? 2). Qu'est ce que cette démocratisation de production et de partage de vidéos activistes sur Internet exprime-elle à travers la confrontation d'une identité fictive à une autre réelle sous les angles de la culture et du vécu social ?

Des focus group combinés à la photo-elicitation pour étudier le printemps arabe

Cette communication se propose d'étudier les aspects de ridiculisation de l'autorité politique dans l'exemple des révolutions arabes de 2011. Elle montre comment l'Internet militant aide à la promotion d'une culture de la contestation dans le contexte de régimes politiques et sociaux répressifs. Le site de partage de vidéos comiques www.kharabeesh.com est le noyau de notre travail. A travers une enquête qualitative multivariée dans ses approches (photo & film-elicitation, focus group) nous appréhendons une consommation et une production des contenus vidéographiques e-militants par un public arabe immigré.

Nous avons réalisé 2 focus group avec une population de 12 arabes immigrés de la ville de Bordeaux. La population enquêtée (25-40 ans) a été rencontrée et constituée dans le siège de l'association humanitaire bordelaise *Graines de la solidarité* et dans le périmètre des cités universitaires de la ville de Pessac. Les enquêtés appartiennent respectivement aux nationalités suivantes : marocaine, algérienne, tunisienne, égyptienne et syrienne. La spécificité de la population enquêtée est de nous avoir fourni un nouvel éclairage intellectuel, critique et réflexif sur le printemps arabe loin du tapage médiatique et des lectures parfois trop superficielles d'une boucle de révolutions qualifiées simplement par nos enquêtés comme de simples mouvements de protestation, des soulèvements ou des «*intifadas*».

Les focus group dont la durée totale s'élève à 3heures ont été conduits en arabe marocain et libanais et ont été transcrits et exploités en français. Lorsque nous avons demandé aux participants à l'enquête dans quelle langue ils préféreraient discuter, ils ont choisi tous et sans hésitation l'arabe dialectal en raison qu'il les aidera certainement à exprimer de façon plus aisée, spontanée, pertinente et nuancée leurs idées et opinions sur la ridiculisation numérique des politiciens arabes à travers le site web www.Kharabeesh.com

Nos focus group portent, d'une part, sur les limites des réseaux sociaux et des sites de partage des vidéos comiques militantes, dont Kharabeesh.com, dans la construction d'une opinion publique arabe en ligne. Ils décrivent, d'autre part, le regard critique du public enquêté sur la ridiculisation numérique des autorités politiques dans le cas du printemps arabe en proposant de repenser le

pouvoir sémiologique de l'image dans un contexte médiatique marqué par la régression du texte écrit et la suprématie parfois manipulateur de l'image.

Les focus group sont complétés par des entretiens individuels ainsi que de la technique du film-elicitation qui consiste à inciter les enquêtés à réfléchir et à discuter sur la base du visionnage de courts extraits vidéo (chaque extrait dure entre 1 à 2 minutes), et ce dans le cadre des discussions focalisées conduites avec eux.

Constructions identitaires et pouvoir manipulateur de l'image médiatique

Dans l'exemple des révolutions arabes quel rôle spécifique jouent les réseaux sociaux dans la construction d'une identité ? Quelles sont les limites du pouvoir persuasif de l'image dans le contexte des contenus partagés par les militants en ligne ?

L'interactivité permise par le média Internet se décline de multiples façons : échange, partage, production d'informations (Greffet & Wojcik, 2008), comme par exemple dans les cas de Youtube, des blogs, des chambres de discussions et plus récemment des sites communautaires comme Twitter ou Facebook. Au-delà, les focus group laissent transparaître une autre dimension qui est liée à l'Internet militant. Parler politique, diffuser des textes ou des images de sensibilisation ou d'appel à la protestation comme cela a été le cas par exemple dans la révolution égyptienne ou tunisienne, constitue plus qu'une activité engagée. C'est une activité sociale et citoyenne qui relève de la culture civique des personnes qui la pratiquent.

Pour William Gamson, cette situation d'interaction « est un révélateur du processus de formation du jugement politique, qui mobilise à la fois le discours des médias, l'expérience personnelle et la connaissance d'un problème ». (Greffet & Wojcik, 2008). Pour Tristan Mattelart, cette même situation d'interaction fait que les technologies de communication sont « mobilisées par des acteurs aux ressources inégales » (Mattelart, 2011, p.70).

D'après les enquêtés, pour bien comprendre les vraies conséquences de l'impact des réseaux sociaux sur la mobilisation des révolutions du printemps arabe, il convient de s'arrêter sur deux points :

a- la dimension identitaire et culturelle de ces réseaux de partage

b- le pouvoir «manipulateur» de l'image médiatique

Concernant le premier point (la dimension identitaire et culturelle de ces réseaux de partage), il est utile d'accepter dans un premier temps de faire un travail sur soi qui consiste à ne pas adhérer aveuglément à la révolution propulsée par ces réseaux sans faire attention au pourquoi, au comment et aux résultats. Comme partout ailleurs dans le monde, la réflexion sur les pratiques des jeunes e-militants arabes est nécessaire. Dans l'expérience d'une *éducation du regard*, elle permet de distinguer entre les bonnes et les fausses informations, de même qu'elle engage la personne à vérifier les sources d'information par un travail personnel de collecte, de confrontation et de comparaison de plusieurs contenus, parfois contradictoires. Ce travail d'arrêt sur image, de sélection réfléchi et intelligent des informations est le moyen privilégié par lequel on démontre que les récepteurs ne sont pas passifs, mais aptes à se forger de manière responsable des opinions autonomes, susceptibles de les conduire à s'engager politiquement et à sympathiser ou non avec une cause ou une révolution donnée :

«Moi je trouve qu'il faut apprendre aux gens comment se révolter. Dans la rue arabe, la plupart des gens ne sont pas instruits. Il y a une grande masse de personnes analphabètes. On a besoin aujourd'hui d'une éducation pour ça, on a besoin d'apprendre aux gens comment voir dans les médias les scènes de violence tout en restant impartiaux et sages». H. Enquêté ayant souhaité de garder l'anonymat

En effet, Clemencia Rodriguez affirme que les «médias citoyens» impliquent en premier lieu l'accomplissement de la citoyenneté en opérant une transformation des manières de *voir* avec les médias. En deuxième lieu, ces nouveaux médias citoyens contestent les codes sociaux, les identités légitimées et les relations sociales institutionnalisées. En troisième lieu, les pratiques militantes de communication renforcent la communauté des internautes et incitent à la transformation et au changement (Rodriguez, 2008).

Cependant, en écoutant attentivement nos enquêtés, nous avons été surpris par l'insistance de quelques uns à ne pas utiliser le terme «révolution» quand il s'agissait d'évoquer le printemps arabe. Des expressions comme *intifadas* ou événements ont été utilisées, sous prétexte que les événements qui ont eu pour théâtre les rues de Tunisie, d'Egypte, de Lybie, de Syrie et encore du Yémen ne s'inscrivent pas dans le cadre correct d'une révolution organisée. Toutefois, et même si elles semblent parlantes, des expressions comme «*Révolution Facebook ou Twitter mobilise les révoltés*» ont été taxées de trompeuses.

En paraphrasant Laurence Allard et Roger Odin (Allard & Odin, 2004), on peut affirmer que dans le cadre du printemps arabe les films militants répondent à une nécessité communicationnelle plus qu'un impératif artistique. C'est-à-dire, que ces films ont une fonction de mémoire, celle d'enregistrer des moments historiques d'un présent censuré par les médias officiels (exemple : la police qui tire les balles réelles sur les manifestants en Tunisie et en Egypte), transmettant ainsi un besoin idéologique. Ces films témoignent d'une dénonciation individuelle ou collective des actes violents et répressifs des institutions et des forces de l'ordre dans les pays de référence. Cette dénonciation sert à la fabrication d'une histoire nouvelle fondée sur la cohésion citoyenne. De même, ils produisent un consensus médiatisé de la population.

Pour les théoriciens de la démocratie, le bon citoyen est un citoyen éclairé qui, pour prendre de bonnes décisions, doit connaître le monde qui l'entoure pour pouvoir évaluer correctement l'action de son gouvernement (Vacaflor & Amri, 2012). D'après l'enquête, dans le cadre de l'Internet militant et participatif le bon citoyen répond à trois critères de base : 1) avant de juger l'autorité politique, il fait l'effort nécessaire pour croiser les sources contradictoires afin de vérifier l'authenticité des informations, 2) il ne croit pas aveuglément à toute vidéo militante qu'il regarde sur Internet, 3) il ne participe pas à la propagation des messages de haine et de destruction mais à ceux du changement réaliste et responsable.

Concernant l'aspect manipulateur de l'image médiatique, nos enquêtés ont relevé à l'unanimité la subjectivité parfois dangereuse des images médiatiques se rapportant au printemps arabe. Nous avons conduit les enquêtés à réfléchir sur cette thématique en nous appuyant sur deux techniques de recherche :

-le film-elicitation : projection de courts extraits vidéos (téléchargés sur le site Kharabeesh.com) ayant pour sujet la ridiculisation des présidents Moubarak et Ben Ali après la chute respective de leurs régimes

-la photo-elicitation : discussion animée sur la base de photos insérées dans les focus group. Ces photos ont aidé les participants à faire un arrêt réflexif sur l'image regardée

Selon les enquêtés, s'informer sur les révolutions arabes via les vidéos ou images déposées en ligne expose la personne qui le fait à des dangers certains : être manipulé par un découpage médiatique sélectif de la réalité, se laisser emporter par l'émotion, formuler des opinions très subjectives, accepter parfois la diffamation de certains personnages et s'habituer dans le pire des cas à regarder des images choquantes (cadavres déchiquetés, maisons saccagées, vitrines cassées) ce qui ouvre la porte à la familiarisation avec *la spectacularisation médiatique de la violence* :

«Il y a quelques années on voyait une personne tuée ou une maison saccagée avec pitié, alors qu'aujourd'hui le fait de propager les images, les caricatures, les photos ou vidéos violentes sur Facebook, Youtube ou sur d'autres sites... on voit ça maintenant comme un spectacle», Rachida. Militante associative

Les enquêtés mettent sur un pied d'égalité le pouvoir *maléfique* de l'image de guerre et celui de la caricature politique. Ils n'hésitent surtout pas à critiquer la caricature en faisant référence au scandale engendré par la publication des caricatures diffamatoires du prophète Muhammad au Danemark en 2006. Selon eux, il serait plus honnête d'informer (dans un contexte de guerre, de révolution ou autre) les gens par texte écrit ou à la rigueur d'en parler. L'échange verbal avec d'autres personnes est un vecteur d'interaction assez persuasif et donc moins subjectif qu'un partage d'images. De plus, c'est par la discussion écrite ou orale qu'on peut éventuellement informer dans une éthique plus correcte, loin du pouvoir provocateur et manipulateur des images et des vidéos qui constituent souvent le produit d'un processus de montage/mixage.

Peut-on parler d'une opinion publique arabe en ligne ?

Ce qui était inconcevable, il y a encore un an dans le monde arabe, devient une source d'inspiration inépuisable pour les caricaturistes. En se servant de leur pinceau, ces derniers n'hésitent pas à brocarder les dictateurs, représentant ainsi les conteurs et les témoins des bouleversements en cours. Les œuvres satiriques fleurissent sur la toile et accompagnent les mobilisations dans la rue. A l'image des autres outils de communication, la caricature favorise l'éclosion d'un espace public, au sens de Habermas, où la critique des gouvernements en place devient possible.

Dans son ouvrage *L'espace public : archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise*, J. Habermas retrace l'émergence et les mutations de la sphère publique bourgeoise. A la base de celle-ci figure le principe de publicité, au sens classique et non industriel du terme, qui permet la diffusion des opinions privées et s'oppose au fonctionnement de l'Etat caractérisé par l'opacité. La discussion publique des questions d'intérêts généraux aboutit à la constitution d'un débat, d'un échange et par conséquent d'une opinion publique susceptible d'influer sur le pouvoir. Habermas envisage l'essor de la presse d'opinion et les conditions de la communication moderne comme axe directeur de cette opinion. Cette dernière contribue selon lui à « la création d'un journalisme indépendant qui a su s'affirmer contre le gouvernement, et donner un statut justifié à l'analyse critique et à l'opposition du public au pouvoir » (Habermas, 1993).

Dans le cas des révolutions arabes, le peuple trouve dans les nouvelles technologies une opportunité pour échapper aux carences des médias traditionnels et une interface lui permettant d'entretenir un rapport émotionnel avec l'actualité (Ferjani, 2011). Par ailleurs, notre enquêté Khaled (doctorant en littérature) n'hésite pas à qualifier la télévision publique égyptienne de trompeuse. C'est une affirmation que nous pouvons vérifier, selon lui, à travers les scènes terrifiantes diffusées durant les événements et dont le but était de faire comprendre au spectateur que les manifestants ne sont que des criminels. Écoutons ce qu'il en dit :

« Les salariés de la chaîne payaient des personnes pour intervenir dans les programmes télévisés en tant que témoins et parler des révolutionnaires avec des mots horribles ». Khaled, doctorant en Littérature Comparée. Université de Bordeaux 3

Les réseaux sociaux ont aidé à la mobilisation de l'opinion publique vers la révolution. Nombreux sont ceux qui les considèrent comme première source d'information pour se tenir au courant de l'actualité. C'est le cas de Feyrouz (docteur en Communication) qui affirme dans ce sens : « Ma première source d'information sur la révolution tunisienne était Facebook ». Par leur instantanéité et l'interactivité qu'ils permettent, les réseaux sociaux sont un vecteur de formation d'un esprit révolutionnaire. A travers la publication des photos et des vidéos, le rôle du citoyen ne se limite plus à la réception des messages mais s'étend à leur production. De plus, d'après les enquêtés, Facebook permet de nouer des liens avec des millions de personnes sans avoir à se déplacer. La publicisation des vidéos choquantes sur Youtube a nourri, d'après lui, un sentiment de colère, si longtemps réprimé, contre le régime politique.

De son côté, une étudiante syrienne qui a voulu garder l'anonymat considère que l'impact puissant de Facebook réside dans le fait qu'il a permis de faire entrer la politique à l'intérieur de chaque maison. Facebook a ouvert une fenêtre sur le monde qui diffère de celle des moyens d'information

traditionnels. C'est ce que nous pouvons constater à travers l'interactivité nationale et internationale avec ces révolutions : Les problèmes nationaux des peuples arabes ont traversé les frontières pour atteindre le monde entier. Facebook a généré une solidarité avec ces peuples arabes. La même étudiante souligne que ce moyen a la capacité de présenter les différents points de vue, même contradictoires : « Nous trouvons sur la même page les partisans et les opposants au régime », dit-elle. Notre enquêté Mohammed (étudiant en Littérature Arabe à Bordeaux) va même jusqu'à expliquer la naissance de la révolution par la présence des moyens de communication : « Sans Facebook celle-ci n'aura pas eu lieu. Ces problèmes vécus par les égyptiens existent depuis 30 ans et aucun mouvement de ce genre n'a vu le jour ». Selon Feyrouz, les outils de communication, qui n'existaient pas auparavant, ont permis de libérer la parole. Ils ont contribué, non pas à créer mais à accélérer le mouvement de la révolte. Le rôle joué par les technologies de communication dans le changement de l'opinion publique arabe n'est pas négligeable. Cependant, nous rejoignons l'idée de Tristan Mattelart selon laquelle « ces bouleversements politiques, loin d'être le résultat de la prétendue force libératrice des réseaux, sont d'abord et surtout l'aboutissement de mobilisations sociales » (Mattelart, 2011).

En effet, Les nouvelles technologies représentent une arme parmi tant d'autres pour mettre à bas un pouvoir despotique. Ces révoltes sont d'abord et avant tout, le fruit d'une exaspération sociale portée par l'oppression et la misère. Ce ne sont pas les réseaux sociaux qui ont donné aux peuples arabes révoltés la carte blanche pour se révolter. Ce sont plutôt les conditions de vie difficiles, la pauvreté, le chômage, la répression policière et la dictature de certains présidents et autorités politiques qui ont engendré cette boucle de révolutions en Afrique du Nord et au Moyen-Orient. Les réseaux sociaux appuyés par l'influence des télévisions arabes (Al-Jazeera par exemple) n'ont fait que créer un effet de contamination et de mimétisme entre les peuples arabes révoltés. Ce mimétisme allait parfois selon notre enquêté Mohammed jusqu'à la compétition : « *Les tunisiens ont réussi leur révolution, alors pourquoi pas nous ? (les Egyptiens)* ».

De plus, Facebook, Twitter et aussi les « caméraphones » ne sont pas les facteurs créateurs des révolutions arabes. Ce ne sont que des supports techniques pour la transmission de l'information, la couverture médiatique, le témoignage et l'archivage. D'ailleurs, quelle que soit la contribution des images ou films militants, c'est bien dans la rue qu'il y a eu une confrontation physique entre les masses de révoltés et la police. Et c'est justement l'une des idées communément partagées par la plupart de nos enquêtés. Si la révolution dormait dans le cœur de chaque citoyen arabe, les nouveaux outils ont permis de la réveiller et de dissiper les craintes du peuple vis-à-vis du pouvoir.

Peut-on alors parler d'une opinion publique arabe qui se forge sur les pages de l'Internet militant dans le contexte du printemps arabe ? Le concept d'opinion publique étant difficile à définir, la formation de l'opinion, demeure selon nous, un processus complexe non limité aux médias. Cette question des effets médiatiques sur la formation de l'opinion publique est ancienne et a fait couler beaucoup d'encre. Nous nous limitons dans cet article à signaler que celle-ci est le résultat de plusieurs facteurs. Nous soutenons l'idée selon laquelle l'usage d'Internet dans le contexte de la révolution n'engage qu'une petite partie de la population. Sur ce point, Youssef El-Chazli explique que « la mise en avant d'Internet était généralement couplée à la mise en avant d'un nouvel acteur politique : la jeunesse dépolitisée » (El-Chazli, 2011, p.83).

Pour l'étudiante syrienne que nous avons enquêtée, le contact avec les proches et l'entourage construit l'opinion en premier lieu. « Même dans les pays les plus démocratiques, les médias sont politisés. », pense-t-elle. Notre enquêté Mohammed considère quant à lui que le changement de l'opinion dépend de la génération : « Il est difficile de changer l'opinion de quelqu'un qui a dépassé 40 ans ». Comme le dit Youssef El-Chazli, « Internet a joué son rôle le plus visible auprès d'une partie de la population dont l'action politique ne constituait ni une nécessité de survie (comme pour les ouvriers) ni une conviction idéologique (comme pour les activistes) » (El-Chazli, 2011, p.84) les moyens de communication influencent davantage les jeunes et ceux qui habitent à l'étranger.

Dans tous les cas, le grand défi, pour paraphraser l'écrivain Brahim Saidi, «n'est pas tant de démolir la dictature, mais de construire la démocratie» (Saidi, 2011, p.3). Le renversement du régime dictatorial ne permet pas de gommer d'un coup de baguette magique des décennies de totalitarisme. D'après notre enquêté égyptien Khaled, les grands changements dans les nations ne se produisent pas soudainement, mais sur un long terme. Il dit : «Personne ne peut confirmer que la révolution va permettre la démocratisation du pays. Cependant nous pouvons affirmer que la nouvelle Egypte, celle d'après la révolution sera meilleure ». La même idée est développée par l'étudiante syrienne qui explique que la dictature ne s'efface pas d'un seul coup : « Ce passage vers la démocratie nécessite du temps et sera traversé par une série de crises que nous appelons les crises de l'après révolution. Chacun prétendra que c'est lui qui a libéré le pays et qu'il lui revient de décider de la nature du régime ». A son tour, notre enquêté Mohammed insiste sur le fait que l'Egypte ne connaîtra la démocratie qu'une fois que les égyptiens comprendront la signification d'un tel concept : «La démocratie prend une définition différente selon les pays».

Conclusion

La floraison de nouveaux médias semble inaugurer une ère nouvelle dans le monde arabe, celle de la liberté d'expression. Elle permet de voir comment les jeunes arabes de nos jours forgent, dans un environnement numérique en pleine effervescence, de nouvelles opinions publiques et de nouvelles identités militantes connectées à des plateformes collectives. Bien que nous n'admettions pas la toute puissance des médias dans la formation et la mobilisation de l'opinion publique, nous insistons sur leur rôle de canal de propagation des idées de la révolution. L'accès aux savoirs et l'arrivée de l'information dans l'espace privé de chacun influent sur le débat d'idées. Les nouvelles conditions de communication ont permis l'éclosion d'un espace de discussion dans lequel la colère du peuple a pu s'exprimer. Cependant, il nous paraît utopiste de croire que, du jour au lendemain, les rêves de la démocratie vont se réaliser. La nouvelle technologie est ambivalente, elle est capable du meilleur comme du pire. Les réseaux sociaux peuvent à la fois réduire et accentuer les inégalités sociales selon leur utilisation. Ceci sans oublier les intérêts particuliers des puissances étrangères qui peuvent à travers la manipulation de ces réseaux changer le cours des événements. Le conflit est loin d'être terminé. Il s'agit de s'interroger sur le rôle de ces nouveaux médias dans le contexte post-révolutionnaire dans des pays non habitués à tracer leur propre destin.

Bibliographie

- ALLARD L., ODIN R., 2004, « De beaux films de famille », Nahoum- Grappe, Véronique et Vincent, Odile (dir.), *Le Goût des belles choses*, Paris, Maison des Sciences de l'Homme, 294 p.
- AMRI M., VACAFLOR N., à paraître en juin 2012, « Technologies de communication face à la cohésion sociale : le cas des Anciens Combattants Marocains de Bordeaux », *Communication & Organisation*, n°41, 270 p.
- EI-CHAZLI Y., 2011, Du « mur » à la rue : la révolte « des jeunes de Facebook » en Egypte, *Médias*, n° 30, pp. 83-86
- GREFFET F., WOJCIK S., 2008, « Parler politique en ligne », *Réseaux*, n°150, pp 21-22
- HABERMAS, J., 1993, *L'espace public*, Paris, Payot, 324p.
- MATTELART T., FERJANI R., 2011, « Monde arabe les révolutions 2.0 n'ont pas eu lieu », *Médias*, n°30, Automne 2011
- RODRIGUEZ, C., 2008, "De medios alternativos a medio ciudadanos", in GUMUCIO DRAGON A.; TUFTE T. (eds.). *Antología de comunicación para el cambio social*. New Jersey: Consorcio de Comunicación para el cambio social, p. 1130-1147
- SAIDI B., 2011, «Réformisme et processus révolutionnaire le monde arabe en mouvement», *Regard critique*, Volume 6, n° 2

VACAFLOR N., AMRI M., « L'Internet comme expression d'une volonté citoyenne dans les pays du Sud : l'exemple de la dénonciation de la corruption policière sur YouTube », in *Les TIC comme miroir de la société*, Paris, L'harmattan, 280 p. (à paraître printemps 2012)

Algérie Tamazight TV4 et Maroc Tamazight TV 8: De la revendication identitaire à la visibilité médiatique des Berbères du Maroc et d'Algérie

Karima Aoudia <karima_aoudia@hotmail.com>
Mediamigraterra, CEMTI, Paris 8 – Vincennes - Saint-Denis

Nées respectivement en 2009 et 2010, les chaînes Algérie Tamazight TV4 et Maroc Tamazight TV 8 ont longtemps été attendues voire espérées par les Berbères du Maroc et d'Algérie. Consacrées à la culture berbère dans ses déclinaisons, ces chaînes sont aujourd'hui, malgré toutes les difficultés qu'elles ont eu à voir le jour, reçues au Maghreb et à l'étranger. Jugées excessivement folkloriques par certains et perçues comme l'aboutissement des attentes sociales et des revendications des Amazighs par d'autres, ces chaînes captivent un public bien précis. Ce travail nous invite à réfléchir sur la diversité des messages véhiculés par ces chaînes et, par là même, à nous interroger sur le rôle des médias dans la construction identitaire de minorités ethniques. Ceci au sein de deux contextes sociohistoriques différents que sont le Maroc et l'Algérie.

Près d'une décennie après les violentes émeutes¹ qui ont éclaté en Kabylie entre avril 2001 et avril 2002 et réprimées par l'armée algérienne, les gouvernements algérien et marocain ont autorisé la création de chaînes de télévision publique en langue berbère. Lancée en 2009, en même temps que la chaîne 5 dédiée à l'Islam « Coran TV », la chaîne algérienne « Algérie Tamazight TV4² » diffuse en langue berbère dans ses déclinaisons kabyle, chaoui, targui, chenoui et mozabite. Au Maroc, Tamazight TV 8 a été pensée en 2002 et n'a vu le jour qu'en 2010. Ses programmes sont diffusés dans les trois versions de berbère parlés au Maroc, soit en chleuh, tamazight et rifain.

Selon leurs initiateurs, ces chaînes représentent un moyen de répondre aux aspirations populaires ainsi qu'un outil de promotion de l'« amazighité³ » au même titre que l'arabité. Leurs détracteurs, quant à eux, les perçoivent comme des outils de divertissement ne reflétant que le folklore de la culture berbère. En partant de ces constats, nous nous sommes demandée si ces médias, en proposant des contenus propres à une communauté en particulier, contribuent à la préservation des valeurs, de la langue, et de la culture berbère. Ou au contraire, s'ils leur portaient préjudice. Et, puisque ces médias font l'objet de critiques, nous nous sommes questionnée au sujet de leur place auprès du public. Cette présente contribution vise ainsi à revenir sur le contexte d'émergence de ces télévisions et à appréhender leur rôle auprès du public. De ce fait, nous tenterons de faire la lumière sur une problématique plus élargie portant sur la place des médias dans le cadre de revendications identitaires.

Pour ce faire, nous avons jugé utile - même si cet article ne porte pas spécifiquement sur l'identité berbère - de préciser, dans un premier temps, ce que représente la berbérophonie. Puis, nous tenterons de cerner les objectifs de création de ces chaînes de télévision. Enfin, nous essaierons de souligner leur place auprès du public. Ceci à travers les résultats d'une enquête⁴ menée auprès de berbérophones algériens et marocains installés en France⁵.

De la nécessité de quelques repères

Si la berbérophonie concerne à l'heure actuelle une dizaine de pays de l'ensemble Maghreb-Sahara-Sahel, l'Algérie et le Maroc sont, de loin, les pays qui comptent les populations

¹ Ces émeutes, plus connues sous le nom de « Printemps noir », ont fait 126 morts parmi les manifestants et plus de 5000 blessés.

² Le terme « Amazigh » (plur. Imazighen) désigne l'ethnie et « tamazight » la langue.

³ Terme berbère qui réfère à la berbérité.

⁴ Cette enquête a été menée dans le cadre du projet de recherche « Mediamigraterra » portant sur le thème « Médias et migrations dans l'espace euro-méditerranéen ».

⁵ Pour des raisons de temps et de moyens, nous n'avons pas pu réaliser d'entrevues au Maroc et en Algérie.

berbérophones les plus importantes¹. Même s'il est difficile d'avancer des chiffres précis et fiables quant à l'importance démographique des populations berbérophones², on peut toutefois estimer un pourcentage minimum de 20% de la population en Algérie soit 6,5 millions, et 35 à 40 % de la population marocaine soit 8,4 millions³. La langue « amazighe » est ainsi parlée par environ 40 % de la population marocaine et algérienne, mais n'a pratiquement pas d'existence officielle. Au Maroc et en Algérie, la « question berbère » se pose ainsi dans toute son acuité. Comme le souligne Salem Chaker (1989, p. 14) :

Au Maghreb, les États se définissent constitutionnellement comme arabes et musulmans. La politique linguistique et culturelle prônée et mise en œuvre depuis les indépendances politiques est celle de l'arabisation : la langue berbère n'y a aucune place, ni dans le discours officiel, ni dans les pratiques de l'Institution. Lorsque le discours officiel (ou dominant) se fait explicite, il apparaît clairement que l'un des objectifs fondamentaux de la politique linguistique est l'éradication de la berbérophonie: la diversité linguistique est considérée comme un danger pour l'unité nationale, un germe de division. L'unification linguistique doit parachever la construction de la nation.

Nous l'aurons compris, le sujet de la langue berbère au Maroc et en Algérie demeure tabou. En témoignent les revendications linguistiques et culturelles berbères⁴, réprimées par les régimes marocain et algérien. Car ces derniers le savent, la langue demeure un puissant véhicule culturel et identitaire. Comme le souligne Toualbi (2000, p. 12) :

C'est au moyen de la langue (kabyile, chaoui, chleuh) que sont véhiculées les valeurs qui forment l'essentiel culturel de la revendication berbère. Dans cette autre stratégie de réappropriation de l'identité communautaire longtemps frappée d'interdit par la culture officielle, c'est dans le « son » de l'acte de parole que va s'énoncer pour se construire la relation symbolique avec le « sens » identitaire recherché.

Ceci expliquerait donc, en partie, le fait que les paysages médiatiques algérien et marocain ont longtemps été dominés par la langue arabe. Belkacem Mostefaoui (1996) rappelle ainsi qu'en Algérie aucune émission régulière n'est consacrée aux populations berbérophones, excepté un journal télévisé en berbère à la télévision algérienne depuis 1996, suite aux pressions du Mouvement culturel Berbère (MCB). Au Maroc, les chaînes TVM et 2M diffusent elles aussi depuis 1995 un journal quotidien en berbère. Ainsi, hormis quelques bulletins d'informations ou clips musicaux diffusés en berbère sur les chaînes algériennes et marocaines, les contenus des programmes sont principalement diffusés en langue arabe. Comme le rappelle Ahmed Assid, philosophe et directeur de l'Observatoire amazigh des droits et libertés au Maroc, « le modèle, c'est l'État nation, centralisateur et homogène. On ne voulait [donc] surtout pas donner trop de place aux identités régionales⁵ ».

Dans ce contexte, force est donc de s'interroger sur les raisons qui ont amené le chef de l'État algérien, Abdelaziz Bouteflika, à décider de la création d'une chaîne en amazighe. Et, par là même, à se questionner sur ce qui a poussé le royaume marocain à rapidement imiter cette initiative qui était pourtant l'une des revendications du mouvement amazigh au Maroc depuis l'indépendance du pays en 1956. Pour Rachid Raha, vice-président du Congrès mondial amazigh,

¹ Au Maroc, la berbérophonie est répartie en trois grandes zones dialectales qui couvrent l'ensemble des régions montagneuses : au nord, le Rif (dialecte tarifit), au centre le Moyen-Atlas et une partie du haut-Atlas (dialecte tamazight), au sud le Haut Atlas, l'Anti-Atlas, Sous, le domaine chleuh (dialecte tachelhit). En Algérie, la principale région berbérophone est la Kabylie qui compte près des deux tiers de berbérophones algériens. Les autres groupes berbérophones sont les Chaouias de l'Aurès, le Mzab. Il existe de nombreux autres groupes berbérophones en Algérie mais il s'agit toujours de petits îlots résiduels ne dépassant pas quelques dizaines de milliers de locuteurs.

² Il n'existe pas de recensement linguistique et la situation institutionnelle de la langue berbère rend problématique toute évaluation.

³ Ces chiffres sont toutefois contestés par de nombreuses personnalités au sein de la communauté amazighe qui l'estiment exagérément bas.

⁴ Pour mémoire, les années 1980 ont été celles des revendications berbères en Algérie et au Maroc. « Le printemps berbère » en avril 1980 a été l'un des événements politiques majeurs de l'Algérie indépendante. L'interdiction, le 10 mars 1980, d'une conférence de Mouloud Mammeri sur la poésie kabyle a embrasé la Kabylie où la répression a été rude. Deux ans plus tard, le Maroc connaîtra elle aussi de vives revendications. En ce sens, en 1982, une dizaine d'universitaires et de cadres berbères avaient affirmé, dans une revue qu'ils venaient de créer, que le berbère était une langue au même titre que l'arabe. Ils seront emprisonnés durant un mois.

⁵ Cité dans Westerhoff, Léa-Lisa, 30 mars 2010, « Tamazight, première chaîne berbère au Maroc », *Libération*.

« c'est la réparation d'une injustice ». Cela [faisait] plus de 45 ans que nous [réclamions] que l'amazigh ait une place dans les médias et dans l'enseignement¹ », précise-t-il.

La chaîne Algérie Tamazight TV4 se veut ainsi, selon Assad Si El Hachemi, commissaire du Festival Culturel National Annuel du Film Amazigh (FCNAFA), la confirmation d'une « Algérie plurielle, unie et fière de sa triptyque identitaire : Amazighité, Islamité et Arabité² ». Les autorités marocaines, quant à elles, revendiquent avec le lancement de Maroc Tamazight TV8 une programmation « made in Maroc » avec la diffusion d'émissions culturelles, musicales, d'informations et de téléfilms en berbère sous-titrés en arabe « pour ne pas en faire un ghetto amazigh (...). [Car] au Maroc, personne ne peut dire aujourd'hui qu'il est 100% arabe ou amazigh à 100%³ », a déclaré Khalid Naciri, ministre marocain de la Communication. Dans ce cas, comme le souligne le philosophe Abderrahmane Lakhssassi, force est de se demander pourquoi il n'est pas imposé aux deux autres chaînes publiques de diffuser 30% de leurs programmes en tamazight ? Une question qui en amène une autre. Ces chaînes de télévision sont-elles de véritables médias identitaires ou s'apparentent-elles davantage aux organes d'expression des pouvoirs marocain et algérien ?

La télévision en tamazight : média identitaire ou instrument d'État ?

Instruments de survie pour des cultures menacées, les « médias identitaires », pour reprendre les termes de Daniel Dayan (1997, p. 93-94), ont fait l'objet d'un grand nombre d'études, telles celles menées sur la diaspora iranienne en Californie (Naficy, 1993), sur les transformations identitaires de jeunes d'origine pénjâbie dans la banlieue de Londres (Gillepsie, 1995), sur la presse homosexuelle aux États-Unis (Gross, 1998), sur la mobilisation des petits médias lors de la révolution iranienne (Sreberny Mohammadi, 1994), ou encore sur les télévisions hispaniques aux États-Unis (Leïla Ben Amor-Mathieu, 2000). Néanmoins, si ces études sont nombreuses, nous pouvons souligner la quasi-absence de travaux portant sur la création de médias nationaux à destination de minorités. L'intérêt de ce travail repose ainsi sur l'étude de médias identitaires mis en place par les appareils d'État dans des pays du monde arabe où « les grands médias demeurent sous influence étatique » (Daghmi, 2011, p. 84). Dans ce contexte, le rôle des médias dans l'élaboration des identités culturelles dans des sociétés plurilingues comme l'Algérie et le Maroc se veut donc déterminant. Ces médias constituant tant un canal d'expression qu'un espace de rassemblement d'une communauté en particulier. En permettant de rendre visible une culture jusque-là muselée, ces chaînes de télévision en tamzight souhaitent, officiellement, contribuer à l'affirmation culturelle des Berbères. Pourtant, à la lecture d'articles, de blogs ou de forums sur Internet, nous avons pu constater que la naissance de ces chaînes divise. D'un côté, certains défendent le rôle novateur voire unificateur de ces chaînes de télévision, et de l'autre, d'autres les perçoivent comme des instruments au service de l'État où folklore rimerait avec censure. Ou, pour reprendre les termes d'une journaliste de la Radio chaîne II, radio kabyle, la télévision en tamazight « n'apporte rien de neuf et est très surveillée⁴ ».

Dès lors, nous avons tenu à vérifier la place de ces chaînes de télévision auprès des principaux concernés, les téléspectateurs. Pour cela, nous avons interviewé⁵ des Algériens et des Marocains vivant en France et ayant accès à ces chaînes par satellite.

¹ Ibidem.

² Cité dans *El Moudjahid*, 30 mars 2009, « Lancement de la chaîne de télévision en langue amazigh ».

³ Cité dans *Jeune Afrique*, 7 janvier 2010, « Tamazight, la première chaîne de télévision en berbère ».

⁴ Cité par Chibani, A., 28 juillet 2011, « Les populations amazighes croient en leur Printemps ». Site consulté le 2 février 2012, <http://blog.mondediplo.net/2011-07-28-Les-populations-amazighes-croient-en-leur>

⁵ Nos entretiens ont été réalisés en Île-de-France, entre juin et septembre 2011, auprès d'un échantillon composé de cinq hommes et cinq femmes provenant d'Algérie et du Maroc, installés en France depuis au moins dix ans, âgés de 27 à 67 ans et dont la langue maternelle est le berbère (chleuh, rifain, chaoui, kabyle).

Quand Tamazight télévision rime avec chansons et feuilletons

N'émettant que six heures par jour, ces chaînes de télévision proposent des programmations centrées pour l'essentiel sur du divertissement, soit des clips musicaux¹ et des feuilletons. Comme le souligne Mohammed:

« Ce n'est pas encore assez riche comme programme, comme télé quoi, mais bon ça viendra peut-être, ça commence qu'à 16 heures l'après midi donc... il n'y a pas le matin » (originaire du Rif, professeur des écoles, 35 ans).

Dès lors, nous avons tenu à vérifier l'intérêt de nos répondants pour les médias diffusant dans leur langue maternelle et tenter de dresser un portrait des programmes les plus appréciés. Il ressort que la majorité des personnes interrogées s'intéressent essentiellement aux clips musicaux et aux feuilletons. À travers ce constat, il est intéressant de souligner que les programmes qui informent le public ne remportent pas l'adhésion de nos enquêtés. La télévision en langue tamazight apparaît ainsi davantage comme une source de divertissement que d'information. En ce sens, les personnes que nous avons interrogées ne se tournent pas spécifiquement vers ces chaînes pour obtenir de l'information sur la région d'origine ou pour suivre des débats concernant l'identité berbère. Sans doute parce que, comme le soulignent deux de nos répondants, ces chaînes ne proposent pas de débats sur l'épineuse question de l'identité berbère. Mourad (Algérien, originaire de Kabylie, 42 ans, manutentionnaire) explique ainsi que « de toutes façons, sur ces chaînes les débats sur l'identité ça n'existe pas et ça n'existera pas ». Pour s'informer sur la question identitaire, la majorité de nos répondants fait ainsi davantage appel à Internet.

À travers ces constats, nous avons tenu à comprendre les raisons qui ont amené ces individus à avoir accès à ces chaînes de télévision. La majorité d'entre eux explique leurs motivations par un besoin de se distraire dans la langue maternelle et de renouer avec la région d'origine.

« Je regarde cette chaîne parce qu'il y a de petits films ou des reportages sur ce qui se passe dans des régions berbères du Maroc » (Mohammed, originaire du Rif, professeur des écoles, 35 ans).

« Je regarde surtout les reportages sur la Kabylie... ou des fois des trucs on invite des historiens, parce que moi j'aime bien l'histoire, donc qui nous parlent soit de l'avant guerre, ou pendant la guerre, la Libération ou d'avant. Ils passent des fois c'est des Kabyles, des fois c'est des Chaouias, des fois c'est ça, soit disant c'est fait un peu diversifié » (Achour, originaire de Kabylie, retraité, 67 ans).

Par ailleurs, notre enquête nous a permis de constater que ces chaînes de télévisions berbères exercent un pouvoir d'attraction plus fort auprès de la gente féminine que masculine. Sans vouloir sombrer dans un lieu commun qui voudrait que les femmes soient plus friandes de feuilletons ou de clips musicaux, il semble que les téléspectatrices consomment davantage ce type de programmes que les hommes. Pour Achour, retraité algérien, originaire de Kabylie :

« Quand ils passent des danses et tout ça je ne regarde pas... ils parlent de danse kabyle et tout, des danses je les vois assez dans les fêtes, ça suffit. Des fois quand il y a un bon chanteur comme ça, s'il y a un ancien chanteur qui passe comme Akli Yahyathen tout ça je regarde, des fois ils repassent des anciens comme ça, ils sont plus là, Allah irhem [qu'ils reposent en paix], et qui les repassent comme ça bon bah je regarde parce que ça me revient un peu. Sinon non, ça ne m'intéresse pas ».

Mohammed, originaire du Maroc, abonde dans le même sens et nous donne son point de vue à propos de cette même chaîne, Algérie Tamazight TV4. Il explique :

¹ Selon le quotidien « La dépêche de Kabylie » du 18 juillet 2011, sur Algérie Tamazight des journalistes ont déploré « l'interdiction de passage à l'antenne de certaines personnalités culturelles, scientifiques et politiques, et artistiques, notamment Idir, le défunt Matoub Lounès, Kamel Hammadi [artistes dits « engagés »] ».

« Je trouve que le contenu est très pauvre, je trouve qu'elle [Algérie Tamazight TV4] n'est pas très intéressante. Une fois, je suis tombé sur un reportage qui montrait une fête dans un village kabyle, avec les paysans et les montagnards kabyles, ça m'avait vraiment plu mais ce n'est pas souvent [qu'on en voit]. (...) Quand on met cette chaîne là, il n'y a que des clips, et c'est des vieux clips et c'est toujours les mêmes. Donc je trouve ça pauvre en contenu. Mais s'il y avait plus de reportages comme le reportage sur lequel je suis tombé une fois, franchement ouais... »

Contrairement à ces hommes, toutes nos répondantes, sans exception, ont souligné leur intérêt pour les programmations musicales qui, selon elles, n'ont rien de folklorique. Au contraire, elles contribueraient à la promotion et à la valorisation de la richesse du patrimoine culturel berbère.

« La chaîne de télévision berbère, cette chaîne là elle est très bien, il y a de la musique kabyle toute la journée, et puis elle est en kabyle, les émissions elles sont en kabyle, ça montre les villages kabyles. C'est très bien » (Douda, originaire de Kabylie, commerçante, 36 ans).

« Moi je suis marocaine mais moi j'aime la musique Chaouia algérienne. Je regarde la chaîne en berbère pour écouter les chansons » (Malika, originaire de Oujda, mère au foyer, 57 ans).

« Sur cette chaîne [Tamazight TV4] que j'ai..., j'ai vu qu'il y avait cette chaîne il n'y a pas longtemps, j'ai regardé ils passent de très belles chansons, bah je regarde ça » (Ourida, originaire de Kabylie, agente d'hôtellerie, 46 ans).

Si les programmes musicaux retiennent l'attention du public, les feuilletons sont tout autant appréciés, là encore par les femmes. Nous avons d'ailleurs pu constater, durant le mois de ramadan 2011, le succès remporté en Kabylie par le feuilleton « Da Meziane », diffusé sur Algérie Tamazight TV4. Comme le souligne Douda (originaire de Kabylie, commerçante, 36 ans):

« Il y a un film qui passe en kabyle, le film de « Da Meziane ». Ça parle d'une vie familiale en Algérie. Un vieux monsieur avec... sa femme et ses enfants donc un monsieur qui gère sa maison, un vrai 'Da Meziane' avec sa canne et son burnous. C'est une histoire qui se passe en Kabylie donc d'un monsieur et ses enfants qui vivent avec lui. Il a un fils qui vit en France, il s'est marié avec une française qu'il a emmenée là-bas. Donc la Française veut pas revenir ici [en France], elle préfère vivre avec ses beaux parents là-bas. Et puis, il a une autre belle-fille avec son fils aussi qui tient un magasin, et la belle-fille justement elle a ouvert une école à la maison, elle apprend à lire et à écrire pour les vieilles dames du village. Ce que je trouve bien c'est le vieux monsieur qui mène sa famille à la baguette. Et puis c'est rigolo, c'est plein d'anecdotes, pleins de blagues ».

Notre enquête ethnographique nous a par ailleurs permis de constater que ce type de feuilletons est suivi de façon quasi-quotidienne par deux générations de femmes, de mères et de filles. Comme nous l'a confié Nassima:

« C'est aussi un moment de partager la télé avec ma mère, pour les émissions c'est vraiment un moment de partage, que ce soit en langue kabyle... on rigole en même temps, donc voilà. « Da Meziane » c'est vraiment l'émission culte en fait. On l'a suivie... et c'est aussi comme je dis c'est un moment de partage. Pour moi j'y tiens aussi de partager cette culture et de continuer de partager ce moment-là aussi avec ma mère » (Nassima, originaire de Kabylie, technicienne de laboratoire, 27 ans).

Toutefois, même si ces chaînes de télévision captivent un certain public, nous avons pu comprendre, à travers les discours de nos répondants, qu'ils proviennent d'Algérie ou du Maroc, que ces chaînes sont aussi perçues comme des médias nationaux, algérien et marocain, véhiculant davantage une culture arabophone que berbérophone. Comme le soulignent deux de nos répondants:

« Ces chaînes, j'ai l'impression que c'est un leurre en fait, parce qu'ils vont mettre quelques chanteurs berbères mais disons que c'est des chaînes qui vont être plus pour l'arabisation que pour le... que pour le vrai côté berbère du Maroc. Parce que quand on sait que le Maroc c'est à 60-70% berbère en langage parlé et en culture, quand on va regarder les chaînes marocaines c'est pas du tout... c'est pas du tout ce que font croire ces chaînes là. Quand tu vas regarder les chaînes marocaines tu vas plus penser que le Maroc est berbère à 10% - 20%. Alors que sur le terrain non c'est faux » (Mohammed, originaire du Rif, professeur des écoles, 35 ans).

« Berbère cette chaîne [Tamazight TV4] ? Ils utilisent la langue arabe pour traduire ou retranscrire du berbère. Vous trouvez ça normal ? Les berbères ont une écriture à eux. En plus, à part mettre des chansons de mariages tout le temps. Franchement, je ne vois pas... » (Mourad, originaire de Kabylie, 42 ans, manutentionnaire).

De ce fait, il semblerait que l'arabisation de ces chaînes de télévisions berbères n'emporte pas l'adhésion de tous. Il ressort ainsi de notre étude que ces médias captivent un public bien précis, en quête de divertissement ou encore de ressourcement. En effet, les personnes que nous avons questionnées mobilisent ces médias davantage pour se divertir que pour s'informer. Dès lors, le mode de consommation de ces médias serait davantage caractérisé par un usage affectif que cognitif. Ces chaînes ne proposant pas de programmes qui invitent à la réflexion sur la « question berbère » ou à son devenir. Nous l'aurons compris, ces médias évitent d'aborder « les sujets qui fâchent » et qui questionnent l'identité d'un peuple. Mais, si comme le souligne Fathallah Daghmi (2011, p. 84), « l'identité est de moins en moins transmise par les structures de socialisation habituelles comme la famille, les croyances ou encore le contexte géographique que par les médias », nous pouvons d'ores et déjà nous demander ce qu'il adviendrait de l'identité berbère si celle-ci ne devait être transmise que par ce type de médias.

Bibliographie

- AFP, 7 janvier 2010, « Tamazight, la première chaîne de télévision en berbère », *Jeune Afrique*.
- BEN AMOR-MATHIEU, L., 2000, « Les télévisions hispaniques aux États-Unis. L'invention d'une communauté », Paris, CNRS Éditions.
- CHAKER, S., 1989, *Berbères aujourd'hui*, Paris, L'Harmattan.
- CHALLAL, L., 18 juillet 2011, « Les journalistes de la TV4 demandent l'éviction de leur directeur », *La Dépêche de Kabylie*.
- CHIBANI, A., « Les populations amazighes croient en leur Printemps ». Site internet consulté le 2 février 2012, <http://blog.mondediplo.net/2011-07-28-Les-populations-amazighes-croient-en-leur>
- DAGHMI, F., 2011, « Politiques des télévisions transnationales marocaines », *Journal for Communication Studies*, vol. 4, no. 1(7), pp. 83-92.
- DAYAN, D., 1997, « Médias et diasporas », *Les Cahiers de Médiologie*, n°3, pp. 91-97.
- EL MOUDJAHID, 30 mars 2009, « Lancement de la chaîne de télévision en langue amazigh ».
- GILLEPSIE, M., 1995, *Television, Ethnicity, and Cultural Change*, Routledge, Londres.
- GROSS, L., 1998, « Minorities, Majorities and the Media », in Liebes, Tamar and Curran, James, eds., Routledge, Londres.

MOSTEFAOUI, B., avril-juin 1996, « Évolution de la grille de la télévision algérienne de 1978 à 1994. Aspects d'une politique de programmation en crise ». *Revue Tiers-Monde*, T. XXXVII, n° 146.

NAFICY, H., 1993, *The Making of Exile Cultures: Iranian Television in Los Angeles*. Minneapolis: University of Minnesota Press.

SREBERNY-MOHAMMADI, A., MOHAMMADI, A., 1994, *Small media, big revolution: Communication, culture, and the Iranian revolution*. Minneapolis: University of Minnesota Press.

TOUALBI N., 2000, *L'identité au Maghreb. L'errance*. Casbah Editions, Alger.

WESTERHOFF, L-L., 30 mars 2010, « Tamazight, première chaîne berbère au Maroc », *Libération*.

Les forums de discussion et les enjeux de la rencontre identitaire

Mustapha Belabdi <belabdi.mustapha@uqam.ca>

Université du Québec à Montréal

Les forums de discussion offrent la possibilité de rencontres virtuelles de plusieurs usagers en leur permettant de socialiser et d'échanger sur différents sujets qui les intéressent. Cette forme de communication contribue au rapprochement entre les membres d'un groupe et son influence est importante dans la construction des significations. Comment ces plateformes jouent-elles leur rôle de rapprochement et quelle est leur contribution aux enjeux de la rencontre identitaire ?

La croissance phénoménale de la communication au XXI^e siècle a permis la circulation des flux d'information et la mobilité des messages entre individus dans un monde érigé désormais en village planétaire. Les réseaux sociaux comme résultante de ce processus intéressent de nombreux chercheurs et usagers dont le nombre croît constamment. Ce phénomène utilise des dispositifs numériques issus du développement d'Internet mais aussi des mutations du rôle des usagers. Ainsi l'émergence des nouvelles plateformes a favorisé l'accès à des sources novatrices désormais populaires dans la diffusion des messages et la socialisation en réseau. (Millerand, Proulx et Rueff, 2010)

Dans le sillage de ces mutations, les forums de discussions attirent de plus en plus de communautés, dont les candidats à l'immigration et ceux désireux d'échanger sur la réalité migratoire. La facilité d'accès à l'information, la rapidité et l'intérêt se croisent pour favoriser une interaction privilégiée.

Cette pratique fait partie d'un ensemble d'activités virtuelles prisées par les communautés immigrantes et relève aussi du web diasporique (Mattelart, 2009). En tant que lieu de communication spécifique, ce phénomène nous interpelle, à plus d'un titre. Il s'inscrit dans le prolongement des changements médiatiques des années 1990 ayant permis le rapprochement virtuel entre les immigrants et leurs pays d'origine, sans contraintes techniques ni limites de volume d'échange moyennant l'usage d'un ordinateur et d'internet.

Notre étude s'interroge sur les stratégies de co-construction des messages sur le forum de discussions des Marocains candidats à l'immigration au Québec et ceux qui résident dans cette province. Il aborde également les enjeux identitaires résultant de cet échange autour du web. Nous verrons ainsi la consistance des données du forum et leur validité et les stratégies de communication des acteurs ainsi que l'apport de la communication dans la gestion du parcours migratoire, fortement soumis à l'épreuve des mutations identitaires. La construction des messages s'avère de plus en plus collective et participative.

Le web diasporique, lieu d'échange et d'expression

Le concept de web diasporique est récent dans la littérature et l'association de ses deux composantes suscite moult interprétations. Sans aborder les débats qui l'entourent, ce qui n'est pas l'objectif de cet article, nous retenons ici la définition de Scopsi (2009) :

les sites web diasporiques sont des sites produits par des communautés transnationales depuis un des lieux de dispersion, s'organisant autour d'un ou de plusieurs éléments culturels partagés (langue, religion, appartenance ethnique), s'adressant explicitement aux membres de la communauté dispersés dans le monde par la migration et éventuellement à la population restée dans le *homeland* en contribuant à la conscience du lien identitaire, à son affirmation publique et à

sa concrétisation par des actions de revendication, de représentation ou de développement économique et culturel au profit de ses membres.¹

Il serait abusif de prétendre cerner un tel phénomène dont l'utilisation dépasse le simple échange à travers des réseaux d'interaction. Nous nous limiterons au rôle des forums de discussion, comme source de données qualitatives et dans la construction du sens, en nous appuyant sur les concepts *thayeriens* de la réception. Les échanges considérés ont lieu sur le site www.bladi.net, un site actif et consacré à plusieurs activités dont des forums spécialisés.

Nous tenons compte de l'espace d'échange qu'est le forum, qui motive et facilite la rencontre des acteurs en l'absence de credo de vérification et d'encadrement des discussions ou même de validation des contenus et des flux de la matière. Ce contexte soulève des questionnements quant à la pertinence des données, la consistance des contenus et leur impact sur les acteurs. Plusieurs aspects sont ainsi à considérer pour cerner cet échange conçu en tant que lieu dynamique de construction de sens.

Brièvement, et sans rentrer dans les détails techniques, le forum de discussion fait partie des sources d'échange interactif autour de sujets qui intéressent un groupe invité à interagir sur une problématique, à commenter et à poser des questions, le tout sans déroger des règles annoncées a priori, avant de devenir membre du forum. Pour participer, les membres sont invités à s'inscrire gratuitement et à contribuer aux discussions pour conserver leur statut. Le nombre de participants fluctue selon les thèmes appréhendés et les intérêts. Il est très utilisé par les membres des communautés culturelles et s'avère propice aux discussions sur l'intégration et les expériences interculturelles des immigrants. Comme le souligne Scopi : « Le forum (...) est le lieu du débat et de l'introspection identitaire. Il est parfois le seul lieu où le lien, l'exil et l'identité sont clairement évoqués dans certains sites qui s'affichent simplement comme des sites d'information sur un pays. (...) Le forum rassemble essentiellement les membres de la diaspora».²

Au début de ce processus, une question d'ordre méthodologique s'est imposée à nous, à savoir, comment un outil comme le forum de discussion peut-il constituer une source fiable d'information? En considérant sa nature apparemment évasive et pseudo-ludique, nous avons hésité à pousser plus loin la réflexion. Cependant, et pour avancer notre prospection et nous assurer de la rigueur de notre démarche, nous avons organisé des entrevues avec une vingtaine d'immigrants marocains au Québec, afin de comparer les données et nous assurer de la pertinence de la démarche. Les premiers résultats de cette comparaison témoignent de la concordance entre les points de vue exprimés. Nous faisons abstraction des détails relatifs aux spécificités de chaque instrument de recherche mais nous convenons que du point de vue du contenu, les données offrent une matière riche en données et informations. En plus, et pour rentabiliser notre approche du forum, nous sommes allés chercher un appui méthodologique supplémentaire.

Nous avons pris le parti du participant complet aux discussions sur le forum, pour avoir accès à des données sans nécessairement rendre compte de notre identité de chercheur. Étant conscient des risques d'interférence, notre intervention s'est limitée à la participation au forum de discussion de la communauté marocaine résidant au Canada, qui est ouvert à tous sur le Web, dans un but d'échange.

Une fois réglée cette appréhension méthodologique, nous avons constaté quelques inconvénients. Nous n'avons aucune donnée sur l'identité des participants au forum ou sur leur profil sociodémographique. Ils se présentent tous avec des noms d'emprunt, et leur motivation principale est d'échanger, de s'informer et discuter de leurs projets migratoires. Il a fallu ainsi consulter beaucoup de matières et visiter régulièrement le forum pendant plusieurs semaines pour cerner les thématiques abordées. Jusqu'à présent, le forum continue d'être actif et nous ne pouvons suivre

¹ C'est une définition qui décrit la plateforme technologique, le phénomène et l'usage qui en est fait par les communautés concernées.

² L'auteure analyse les différentes facettes du web diasporique et ce qui en fait un concept représentant un genre médiatique.

indéfiniment les interactions qui s'y produisent, y défilent et s'effacent au fur et à mesure que le volume augmente ou qu'un sujet soit épuisé ou abandonné.

Ces limites d'accès à toute l'information possible sur les usagers du forum peuvent constituer un obstacle pour une recherche qui miserait sur les données sociodémographiques des participants comme élément fondamental d'analyse, ou pour des besoins d'analyse quantitative, ce que nous avons admis dès le départ, en ne retenant pour notre cas que les aspects du contenu échangé. Nous avons alors adhéré au forum de discussion du site www.bladi.net, comme membre régulier et nous avons enregistré et imprimé les messages échangés. Nous avons participé pendant plusieurs semaines aux discussions. Le site s'identifie comme celui des Marocains¹ et permet de décrire des expériences menées par plusieurs immigrants. Nous avons recueilli plusieurs données pour les examiner. Nous voulions bénéficier de cette tribune libre organisée par des personnes non interviewées de manière formelle et directe pour appréhender la question qui nous intéresse.

Cette tribune nous a offert l'occasion d'accéder à des points de vue variés. La question éthique a été une préoccupation constante pour nous depuis le début. Mais, le fait de savoir que le site est ouvert à tous et qu'il est permis à tous d'y adhérer sans aucune contrainte et d'y échanger librement. Le fait d'étudier son contenu sans aviser les participants aux discussions ne porte nullement atteinte aux internautes ni ne dévoile leur identité, d'ailleurs présentée sous des pseudonymes, ni encore au site lui-même ou à sa réputation, nous ont rassuré quant à la poursuite de notre investigation. Le site est d'ailleurs ouvert au public et son contenu est produit sur une base volontaire dont les membres sont préalablement consentants.

Contenu des discussions et construction des perceptions

De façon générale, le forum vise les Marocains intéressés par l'immigration. Leur nombre varie régulièrement selon les questions posées et selon leur participation aux discussions, mais la moyenne de participations est d'une dizaine de membres pour chaque question, ce qui rend souvent les débats forts intéressants et les sujets traités pertinents. Les questions abordées portent sur la perception du Québec. Les internautes vivant au Maroc posent différentes questions sur l'établissement au Québec, en partant de réponse préconçus. Nous avons recensé plusieurs réponses et commentaires sur ce sujet. De plus, les participants au forum, déjà établis au Québec, exposent les difficultés de leur installation et analysent le phénomène migratoire en se basant sur leurs expériences personnelles.

Un internaute, soucieux d'informer les candidats à l'immigration, recommande fortement d'adhérer au forum pour poser « les vraies questions » et pour « savoir à quoi s'en tenir », ajoutant : « Moi ce que je propose, c'est qu'on soit solidaires. Déjà ce forum permet aux gens de se parler, de discuter, se rencontrer à travers un sujet quelconque, vous qui êtes déjà passés par là et l'autre aussi, guidez les gens qui vont venir ».2

Il décrit sa propre expérience pour mettre en avant sa volonté de partager, ce qui témoigne de la complicité entre les internautes dans le but de favoriser l'information. Le même internaute enchaîne : « Par exemple, moi, je ne connaissais personne au Canada avant de penser même à l'immigration. Le jour où on m'a demandé que je dois avoir la déclaration d'un ami ou parent, je ne savais pas quoi faire, et c'est grâce à un forum où j'ai pu rencontrer des gens qui m'ont bien expliqué les mauvais côtés ainsi que les bons sur l'immigration »3

¹ <http://www.bladi.net> est le site qui contient un forum de discussion dans lequel les utilisateurs peuvent poser des questions, y compris sur l'immigration au Canada et au Québec. Pour proposer un sujet de discussion, les internautes sont invités à disposer d'un compte qui les identifie et à participer aux discussions en donnant leur point de vue au moins cinq fois, avant de pouvoir proposer des sujets de discussion. D'autres sites marocains abordant les questions de l'immigration nord-américaine au Canada et aux États-Unis sont également actifs. Nous avons consulté à plusieurs reprises le site <http://www.yabiladi.com> et le site américain <http://www.bladi.us>.

² <http://www.bladi.net>, forum consulté le 14 novembre 2011.

³ Ibid.

Nous n'avons pas compté les personnes qui suivent les échanges de ce forum puisqu'on ne peut pas le savoir si on n'a pas le statut de chaque membre s'inscrit et qui s'identifie comme tel. Les visiteurs, qui participent passivement aux discussions, c'est-à-dire sans pouvoir participer demeurent inconnus des membres. Le constat qu'on peut avancer est que ceux qui y participent à partir du Québec ont une bonne connaissance de l'immigration dans cette province. L'expérience migratoire y est partagée généreusement entre les membres du forum. Le fait de fournir des conseils détaillés sur des questions de la vie quotidienne permet de susciter un flux de questions et d'interactions.

Une des questions qui a suscité notre intérêt concerne la comparaison entre le pour et le contre de la démarche migratoire. Plusieurs résidents au Québec mettent en garde contre la rapidité de prise de décision, en indiquant les difficultés d'emploi, de reconnaissance des qualifications et des compétences ainsi que la nécessité de l'expérience locale au Québec. Les discussions ont duré plusieurs jours sur cette question et ont couvert ses différentes facettes. Beaucoup d'arguments invoqués s'appuient sur des faits vécus.

Que peut-on dire sur ces échanges? Le contenu des discussions entre les internautes aboutit à des déductions significatives. C'est un lieu où l'information crée un effet, sous forme de résistances ou d'adhésion. Le façonnement de la perception et la création des significations, dans le contexte migratoire, est complexe car la situation qui compose cette réalité dépend de facteurs d'ordre interpersonnels, familiaux, médiatiques, politiques et sociaux. Comment le message est-il construit par les récepteurs-acteurs?

Dans son analyse du phénomène de la communication, Thayer considère que c'est le récepteur qui crée le message. Il s'agit de la communication intra-personnelle, liée aux agissements d'un individu en termes d'acquisition et de traitement de l'information. Ce niveau est essentiel pour l'explication d'autres phénomènes de communication, car c'est le début de transformation des données brutes en information ayant un sens « consommable ». Si on reçoit des données pour lesquelles on a un «appétit », selon Thayer, on les transforme pour les utiliser immédiatement.

Concernant la formation du sens, un même événement peut être reçu différemment selon la perception de chacun. Mais il existe un degré d'intersubjectivité qui favorise le traitement semblable de l'information et qui facilite l'échange (Thayer, 1968). Ceci dit, l'accord sur le sens se limite à des termes de référence partagés.

Concernant le message et pour comprendre certains événements décrits, il faut accorder un sens aux données mises à la disposition du groupe et en déduire la signification. Le message est donc la création subjective du récepteur qui est à la fois récepteur et acteur.

Dans le cas des échanges, nous avons constaté que la discussion prend l'allure de débats et arguments où le candidat à l'immigration, défend son processus d'engagement migratoire. L'influence de l'interaction demeure limitée face à l'appétit de recevoir de l'information incitative. C'est le dilemme entre l'état apparent des choses et leur état souhaité (*apparent-state-of-affairs* et *intended-state-of-affairs*). Quand on constate une différence entre les deux, l'individu tend naturellement à se rétracter pour ajuster l'état apparent des choses à l'état souhaité. Autrement, les motivations au changement qui animent les candidats à l'immigration résistent à l'échange et demeurent constantes. Le cas d'une participante pharmacienne décidée à immigrer au Québec, malgré les arguments dissuasifs des autres participants, montre que sa conviction du changement constitue un état souhaité, qu'elle défend auprès des participants. La non-concordance des deux postures la met dans un inconfort.

Au niveau de la relation entre les internautes qui ne se connaissent pas, c'est la façon de communiquer qui régit la relation. Les messages échangés sont reçus par des membres plus ou moins équipés à prendre en compte ces messages ce qui fait réussir la réception.

Les conditions préalables à l'intercommunication veulent qu'il s'agisse d'une relation basée sur un modèle conceptuel, conscient ou inconscient, dont disposent au moins une des personnes engagées dans la relation. Si une des deux personnes dispose de modèles différents, la

communication connaîtra des obstacles. Dans le cas des forums, le poids communicationnel repose sur la capacité d'expression écrite qui ne traduit pas nécessairement tous les éléments de compréhension. Quand deux personnes entrent en intercommunication, il y a une intention de communiquer, c'est-à-dire un appétit conscient ou non de communiquer. L'intercommunication doit respecter des normes d'usage linguistique (langue, syntaxe, grammaire), mais également le contexte, le lien, les attentes mutuelles, le protocole, les règles psychologiques et sociales pour réussir. L'intercommunication s'inscrit également dans une dynamique qui se caractérise par l'intervention de plusieurs éléments. Dans le premier cas, on recense la mutualité, la complémentarité et la symbiose, qui signifient que l'appétit mutuel de communication est présent entre individus communiquant.

La communication se trouve à la base de la relation entre les univers respectifs des individus. Les moyens par lesquels on se définit et on s'identifie de manière réflexive sont tributaires des fonctions d'intégration de l'intercommunication. Le processus de communication englobe le message, le rendement d'un émetteur, une situation, un récepteur prévu, le message reçu et la capacité de comprendre du récepteur. Ce sont ces éléments réunis qui déterminent la rencontre communicationnelle. L'immigration, dans le cas du forum, constitue un sujet important pour les acteurs-récepteurs résistent à la co-construction du sens et à la reconnaissance du point de vue d'autrui et son intégration, étant entendu la formation préétablie de leur perception de l'immigration. L'enjeu pour eux demeure davantage de conforter cette perception positive et d'éviter de s'enliser dans la réticence ou de renoncer à un projet qui demeure pour eux décisif. Dans ce cas, comment agit le web diasporique et quelle est son utilité?

Les stratégies de communication dans la perspective de l'identité migratoire

Le parcours migratoire est une expérience qui évolue en fonction de plusieurs facteurs interdépendants. Au centre de cette réalité, la communication agit en tant qu'élément constitutif des agissements et des prises de positions, mais aussi dans la dynamique de la compréhension, la réception et l'interaction. Elle se concrétise selon deux axes.

Premièrement, la diffusion du discours formel, de type gouvernemental ou institutionnel s'inscrit dans une perspective holistique visant à doter la société des moyens d'intégration nécessaires. Ce discours concerne l'accueil des immigrants. En effet, l'état met en place des moyens financiers, des ressources humaines et un réseau de centres communautaires et d'aide à l'insertion socioéconomique pour veiller à la bonne marche de l'intégration de ces immigrants.

Deuxièmement, la prédisposition mentale de l'immigrant à intégrer le tissu social et à négocier son adaptation est évidente. Sa vulnérabilité sociale motivée par la prise de conscience de son statut d'immigrant, considéré comme un être différent au sein d'un ensemble à l'apparence homogène le pousse à développer « des compétences transculturelles », pour emprunter un concept de Turner et Trompenaars (2004). Selon cette perspective, l'immigrant s'ingénie à résoudre les problèmes d'intégration au quotidien, en agissant sur sa perception par un renversement de perspective, en acceptant l'ouverture sur la culture d'emprunt et en évitant le choc de la confrontation avec sa culture première, ce qui peut conduire à l'inertie ou au renoncement à la société d'accueil. Face au dilemme du choix entre les deux cultures, l'identification à la société d'accueil s'avère un objectif à atteindre.

Cette stratégie conduit au façonnement de la perception de l'immigrant et donc de l'émergence de son identité migratoire, qui est un lieu d'interstructuration le mettant au diapason de la société d'adoption.

Dans ce cadre de tiraillement, le web diasporique constitue un lieu de rencontre, de questionnement et d'expression pour dépasser les limites auto-imposées lors de situations sociales interculturelles. Il sert alors comme outil de rechange des communications mais aussi un lieu d'inter-influence, d'argumentation et d'appui communicationnel capable de fournir des solutions,

compte tenu des complicités qui se créent sur la base de l'appartenance à la même culture et à la même origine.

L'apport de la communication

La communication constitue un vecteur important dans la gestion du parcours migratoire. Étant omniprésente, avec ses fonctions exploratoire, préventive, interculturelle... et ses dimensions subjective, mixte et objective, elle permet aux immigrants d'explorer des espaces d'interaction multiples et d'établir les instruments de réception et de comportement à l'égard d'autrui. Le web diasporique est une composante de cette configuration globale et un espace exclusif, réservé aux habitants du *hostland* dans leur interaction avec ceux du *homeland*. La connexion peut atteindre la saturation, quand un immigrant croit avoir exploré les facettes d'une réalité qu'il commence à récuser. Celui-ci va ainsi opter pour la rupture s'il décide de se départir de cette réalité et de se retrancher auprès de la communauté de son pays d'origine.

En conclusion, nous affirmons que les forums de discussion favorisent l'accès à un contenu représentatif des préoccupations des communautés qui y adhèrent, en l'occurrence le processus migratoire des Marocains au Québec. L'impact de l'échange, basé sur la persuasion par le factuel et la présentation d'exemples n'est pas toujours concluante, compte tenu que le façonnement de la perception ne perturbe pas totalement la dimension intersubjective de la création des significations, ce qui revient à confirmer que les candidats à l'immigration cherchent davantage à réaffirmer leur engagement préalable envers leur processus d'immigration qu'à le contester. Ils disposent de moyens d'évaluation plus concrets de la situation migratoire et peuvent décider de leur cheminement migratoire.

Le forum suscite pour nous des questionnements quant à l'intérêt des immigrants marocains au Québec à échanger avec des candidats potentiels à l'immigration. On peut se permettre de les percevoir comme deux branches d'une communauté transnationale représentant deux «solitudes» qui se confrontent. La première, celle qui se projette virtuellement dans le processus migratoire et qui s'identifie mentalement à la société possible d'accueil avec tout ce que cette projection charrie, en termes de craintes, de permutations et de ruptures, et, de l'autre côté, la communauté des usagers résidant au Québec, poussée par le désir de communiquer sur l'expérience migratoire et de partager le continuum identitaire qui la lie aux autres usagers.

Au-delà de ces considérations, le contenu échangé constitue un témoignage sur l'acte d'immigrer en général. Le forum de discussion des Marocains est un exemple des multiples ressources globales disponibles sur Internet. Il y a aujourd'hui des études qui se penchent sur les questions du web diasporique dans une acception plus large, c'est-à-dire sur, par et vers les communautés diasporiques, comme phénomène de communication en expansion, qui excède le cadre des forums et qui offre des possibilités de ressourcement tous-azimut sur les sociétés d'origine, mais aussi sur les pays d'immigration.

Bibliographie

- DUFOIX, S., 2003, *Les diasporas*, Paris, Presses universitaires de France, Coll. « Que sais-je? ».
- NEDELCO, M., 2009, *Le migrant en ligne Nouveaux modèles migratoires à l'ère du numérique*, Paris, l'Harmattan
- HAMPDEN-TURNER, C. et TOROMPENNARS, A., 2004, *Au-delà du choc des cultures : dépasser les oppositions pour mieux travailler ensemble*, Paris, Éditions d'Organisation, Collections : Collection Manageris.
- MILLERAND, F. et AL., 2010, *Web social mutation de la communication*, Québec, Presses de l'Université du Québec

SCOPSI, C., 2009, « Les sites web diasporiques : un nouveau genre médiatique ? »,in *Tic et société* [En ligne] , Vol. 3, n° 1-2, mis en ligne le 12 décembre 2009, Consulté le 02 décembre 2011. URL : <http://ticetsociete.revues.org/640>

THAYER, L. O., 1968, *Communication and communication systems in organization, management and interpersonal relations*, Homewood, Ill. : R. D. Irwin.

La confrérie mouride du Sénégal et de la diaspora : pour une approche médiatique des pratiques religieuses

Cheikhouna Bèye <cheikhouna.beye@etd.univ-avignon.fr>

Université d'Avignon et de Pays de Vaucluse et Université du Québec à Montréal

Le mouridisme est une doctrine religieuse qui a suscité de nombreux questionnements. Il a tendance à articuler la tradition et la modernité pour ne pas être à la marge de la société. Une appropriation des nouveaux médias par cette communauté laisse croire qu'il y a de nouveaux usages qui cherchent à polir son message religieux. Ce texte essaye d'analyser les pratiques religieuses des mourides à travers les médias comme Internet et la télévision. La libéralisation de la télévision au Sénégal et l'accessibilité aux technologies nouvelles ont permis aux mourides d'adapter leur message, mais également d'occuper une place importante dans la diaspora sénégalaise.

La confrérie mouride du Sénégal est une communauté socioreligieuse qui naît dans la deuxième moitié du XIXe siècle. Elle est fondée par un guide religieux du nom de Cheikh Ahmadou Bamba. La confrérie est un mouvement dynamique qui a une forte identité locale. Son ancrage territorial se traduit par une institutionnalisation et une sacralisation des villages fondés par le guide. C'est l'exemple de Touba, la capitale religieuse des mourides. Elle se transnationalise en traçant les contours d'un nouveau cadre d'échange culturel et religieux à travers les grandes métropoles occidentales (Bèye, 2011, p. 112).

L'évolution socio-économique de cette confrérie religieuse s'accompagne d'un maillage médiatique du territoire national. L'ouverture et la transnationalisation de cette confrérie ont permis, depuis les années 2000, le redessinement du paysage médiatique sénégalais. La naissance de nouvelles chaînes de télévision occasionne une nouvelle offre médiatique adaptée à la mobilité diasporique et à la pratique religieuse. C'est le cas de la chaîne « Touba¹-médias » dont le nom est très évocateur. L'empilement des moyens de communication mouride a largement contribué à l'influence de la confrérie. L'outil Internet à travers lequel foisonnent la télé, la radio et le téléphone offre une nouvelle donne aux mourides qui transforment le message religieux en une pratique culturelle. Avec Internet, les mourides arrivent à créer de nouveaux espaces vitaux pour la circulation et la pérennisation de leur patrimoine religieux.

Les Khassaïdes² circulent et se transmettent à travers les nouveaux dispositifs numériques mis en place par les organisations de fidèles à travers les sites web.

Les mourides, à travers l'émergence de nouvelles chaînes de télé hertziennes et satellitaires, cherchent à se positionner pour mieux adapter ces médias à leurs pratiques religieuses. Les technologies de l'information et de la communication ont donné une nouvelle dimension aux pratiques culturelles et culturelles mourides à tel point « qu'il est difficile de distinguer le travail du culte » (Robert, 2010, p. 199).

Dans quelle mesure les chaînes de télé et les plateformes numériques des sites web contribuent à l'évolution du message religieux mouride ?

Une analyse de la chaîne « Touba-médias » et des sites Internet nous permettra de mieux l'orientation identitaire³ de la confrérie au Sénégal et dans sa diaspora.

¹ Touba est la capitale religieuse des mourides du Sénégal. C'est là qu'est enterré Cheikh Ahmadou Bamba, le fondateur de la confrérie.

² L'œuvre littéraire du cheikh.

³ Le Sénégal est un pays composé de 95% de musulmans répartis en plusieurs confréries religieuses. Chaque confrérie dispose de ses propres références et marques identitaires. C'est ainsi que la question de marque et d'influence identitaire a été soulignée pour évoquer l'importance de cette confrérie mouride auprès de la population sénégalaise. Nous avons remarqué, lors de nos enquêtes, un vocabulaire spécifique aux mourides qui traduit le comportement que doit adopter le disciple vis-à-vis de ses coreligionnaires mais aussi de son guide religieux.

Les mourides ont très tôt compris l'impact des médias comme la télévision ou la radio (dans les années 1980, des chroniqueurs et des animateurs mourides travaillaient à la seule radio nationale qui existait au pays. Et c'est l'occasion pour ceux-ci de faire l'éloge¹ de la confrérie, c'est le cas du célèbre journaliste Abdoulaye lame qui affichait toujours son appartenance à la confrérie). L'influence de ces médias sur la population sénégalaise n'est plus à démontrer. Il faut préciser qu'avant l'an 2000 le Sénégal ne disposait qu'une seule chaîne de télévision, la RTS « le média d'Etat ». Cette période coïncidait à ce qu'on peut nommer le temps du téléspectateur contraint². Cela correspond à la mise en valeur de l'action politique gouvernementale à travers les inaugurations de routes, de forages mais également le communiqué du comité directeur des partis au pouvoir qui se sont succédés. La radio nationale joue aussi le rôle de relai dans les zones où la télé ne pouvait pas être captée. Cette situation³ est analogue de la façon dont Umberto Eco (1983, p. 141) décrivait la Paléo-Télévision⁴ en Italie : « *Autrefois il y avait la Paléo-Télévision, faite à Rome ou à Milan, pour tous les spectateurs ; elle parlait d'inaugurations présidées par des ministres et s'assurait que le public n'apprit que des choses innocentes, quitte à dire des mensonges.* » Ces médias occupent une place de choix dans le quotidien des sénégalais.

D'une manière générale, le média est tellement mythifié dans les foyers sénégalais à tel point qu'il impose son discours aux téléspectateurs comme une vérité absolue. On a souvent l'habitude d'entendre lors des discussions non formelles certains interlocuteurs nous dire que « *c'est vrai, je l'ai vu à la télé* ». La compréhension de la force persuasive de la télévision par les mourides a instauré une relation de séduction entre le sacré et le profane. Les mourides pouvaient s'appuyer sur la force de la télé pour étendre leur influence dans les autres régions du pays. De son côté, la télé s'appuie sur le religieux pour consolider son audience voire fidéliser les téléspectateurs lors des Magals et Maoulouds⁵.

Dans les années 2000, le paysage audiovisuel sénégalais a connu un changement notoire grâce à la libéralisation des médias. A ce jour, on a recensé une dizaine⁶ de télés et autant de radios. Cette évolution des médias a permis une reconsidération du téléspectateur à travers les émissions interactives comme la grande dictée à la RTS ou le concours de récital de coran à Touba-médias. Le téléspectateur n'est plus contraint, il devient un objet choyé et courtisé. Avec cette offre médiatique, les téléspectateurs s'orientent vers les médias auxquels ils se reconnaissent. Ce niveau de lecture et d'appropriation⁷ qu'ont certaines couches⁸ de la population nous permet d'évoquer ce que Christian Delporte (2003, p. 7) défendait dans la revue « Le temps des Médias » :

« Qui, de nos jours, peut prétendre échapper à l'influence des médias ? À moins de vivre sur une île déserte, coupé du monde, l'homme contemporain est assailli par un flot continu d'informations, portées par l'imprimé ou l'image, les signaux électriques ou les supports sonores. Le monde médiatisé qui est le nôtre est le fruit d'une accumulation complexe de manières de

¹ C'est l'exemple du « Saalimto », un jingle pour la tranche des avis et communiqués qui enregistre le plus fort taux d'audience à l'époque. Ce jingle chanté à la radio est extrait des poèmes ou Khassaides composés par le fondateur de la confrérie.

² Cette période peut bien correspondre à une situation de téléspectateur contraint car le pays ne disposait que d'une seule chaîne de télévision. Le téléspectateur n'avait pas la possibilité d'accéder à une autre chaîne. Pendant cette période, seul l'élite pouvait prétendre aux chaînes internationales, via les antennes paraboliques, du fait d'un coût hors de portée de plus de la moitié de la population.

³ Ici, je fais référence au couplage entre la télévision et la radio nationale. Cette dernière fait office de relai dans les zones où la télé ne peut pas être captée par la population.

⁴ La Paléo télévision correspond au Sénégal à l'époque où il n'y avait qu'une seule chaîne alors que la Néo télévision correspond à l'arrivée massive des télés privées où chaque média essaye de ressembler à son public.

⁵ Le Magal et le Maouloud (ou Mawlid) sont deux événements religieux les plus célébrés au Sénégal par les confréries. L'un commémore le départ en exil de cheikh Ahmadou Bamba en 1895, l'autre célèbre la naissance du prophète Mohamed (psl).

⁶ Parmi ces télés, deux sont de l'Etat. Rts, Sn2 (Etat), Walftv, 2Stv, Tfm, Rdv, Canal-info, Afrika7, Touba-média, Lamp Fall tv (privées) et Hisbut Tarqiya tv (sera lancée bientôt).

⁷ Nous faisons référence aux différents médias appartenant aux disciples mourides. C'est le cas de « Touba médias », « Lamp fall tv », « murid tv » et d'autres radios comme « Lamp fall FM ». Ce sont des médias thématiques qui témoignent un désir de réorganisation de la communication mouride. Ils visent à promouvoir le message religieux du fondateur qui est une sorte de revivification des préceptes de l'Islam.

⁸ Nous faisons référence à la confrérie mouride qui constitue une partie de la population sénégalaise. Il faut préciser qu'il existe d'autres confréries réclamant d'autres branches religieuses. Il s'agit de la « Tijanya » venant de Cheikh Ahmed Tijane Chérif, de la « Khadria » venant de Cheikh Abdal Khadre Jeylani etc.

s'exprimer, de transmettre, de se comprendre. Le domaine des médias est aujourd'hui si touffu qu'on a peine à en délimiter les frontières.»

Les mourides semblent sembler comprendre l'importance des médias en se positionnant avec la mise en place de chaînes de télévision et de radios communautaires qui reflètent leur image et leur idéal religieux. L'importance que les mourides accordent aux médias ne se limite pas à ceux de leur propre communauté, les autres chaînes généralistes aussi posent un autre regard et proposent un discours folklorique¹ qui suscite de multiples réactions au sein des disciples prônant l'orthodoxie du fondateur.

Le discours émanant de ces chaînes à travers des clips vidéo ou des spots publicitaires est perçu comme une revanche culturelle du mouridisme sur les valeurs occidentales qui ont « littéralement submergé » les espaces de vie quotidienne. Ce nouveau discours des médias généralistes avec comme éléments de légitimation des stars, des chefs d'entreprise et des hommes politiques influents laisse apparaître un phénomène de « mouridisation » de la société sénégalaise. C'est pour dire que le vocable mouride devient, dans la société sénégalaise, un élément de marketing que nous trouvons presque dans toutes les activités lucratives. Il est rare qu'un chanteur sorte un album sans qu'il y ait une chanson ou une personnalité faisant référence au mouridisme. Même au niveau des administrations, la photographie religieuse est fortement présente. C'est ce que semble dire Abdou Aziz Mbacké (2010, p. 135) : « *cette mouridisation de la société, qui n'a pratiquement épargné aucun domaine, est allé jusqu'à influencer les autres communautés religieuses du pays, dont certains schémas et réflexes furent fortement bouleversés, quelques fois malgré elles, aussi bien au niveau des élites que de la base, par cette nouvelle vague irrésistible* ».

Ce discours folklorique répandu à la plus grande échelle est contrebalancé voire prohibé par un autre discours « soi-disant » authentique réclamant la légitimité de parler au nom du mouridisme. Les médias mourides entendent faire, désormais, leur propre médiation. Il est perçu comme une sorte de Néo-Télévision. Dans les émissions de télé comme « *wakhi makgni*² », le présentateur parle de condisciple mouride et non de téléspectateur. Dans cet univers, nous remarquons une réflexivité du discours où le concepteur, tout en parlant des autres, parle de lui-même à travers le prisme de la Khidma³. Dans ces chaînes on note une coconstruction du discours médiatique qui va faire un maillage de l'univers mouride entre le local et le global. L'articulation entre le local et le global dans l'univers mourides est assurée par les textes sacrés du guide. A ceux-là viennent s'empiler les métadiscours des disciples qui renforcent le message en le rendant plus accessible. Le discours se construit au tour de deux médias complémentaires à savoir les web tv de sites Internet mouride et la chaîne satellitaire « Touba-média ».

«Touba-média⁴», quel modèle de communication ?

Selon Serigne Mansour Tall (2002, p. 233), la télévision existe au Sénégal depuis 1972, elle constitue un outil de communication fort en milieu rural sénégalais. Le succès des médias audiovisuels est lié à leur utilisation communautaire aisée⁵ et aux informations faciles à décoder pour tous les acteurs. Contrairement à la radio, les images contribuent à la compréhension du discours « *télé mom dangay guiss di dëg, ken dou diawalë*⁶ » me confie un enquêté.

¹C'est cette façon profane que les artistes et stars utilisent l'image du mouridisme à travers des clips vidéo des événements ou des publicités pour vendre leurs produits. Ce regard porté sur cette confrérie est à l'opposé de l'orthodoxie de son fondateur qui incarnait une spiritualité. Les mourides considèrent le folklore comme l'ensemble des discours que constituent les pratiques culturelles tendant à détourner ou dénaturer l'essence du mouridisme. C'est pourquoi ils essayent de départir du mouridisme tout ce qui touche ou ressemble à du spectacle.

² Signifie paroles de sages. L'émission passait à la chaîne « Touba-médias »

³ La Khidma consiste à travailler au service de la communauté. Les retombés doivent être bénéfiques pour tous les membres de la communauté. Elle peut se décliner sous plusieurs formes.

⁴ J'ai choisi de travailler sur ce média car c'est une chaîne de télévision thématique dédiée à la communauté mouride. Contrairement aux autres chaînes du pays, elle n'est pas publique encore moins créée par des professionnels de la communication. C'est juste l'œuvre des disciples mourides qui cherchent à faire passer leur message religieux et mettre en valeur le patrimoine mouride.

⁵L'information est collectée, diffusée par et pour les disciples mourides.

⁶A la télé, on a l'image et le son, on ne peut pas faire de confusion.

Chez les mourides, Touba-média constitue un support moderne et respectable¹ répondant aux aspirations des disciples. La chaîne émet un discours qui facilite le rapprochement des disciples diasporiques et contribue à la circulation de l'œuvre littéraire de Cheikh Ahmadou Bamba. La chaîne contribue à l'intensification des « relations à distance » entre les disciples expatriés et les autres condisciples restés au pays.

Le média essaye de baliser un univers discursif tourné autour de trois strates épousant les contours de la migration mouride. Il s'agit du pays d'origine, les zones de transit et les pays d'accueil. Chaque discours est adapté à la réalité de la réception. Par exemple quand la chaîne s'adresse aux mourides résidants au Gabon, elle livre souvent un discours qui essaye de leur faire comprendre que leur séjour est une réplique car le fondateur a déjà été déporté dans ce pays par les colons. Et de leur séjour, il ne peut y avoir que de la baraka. Ces niveaux de discours sont décelés à travers des conférences thématiques organisées par la chaîne.

D'abord, au sein du pays d'origine le discours tourne au tour de la séduction puis de la captation de nouveaux disciples. On suppose que le message est adressé aux non mourides afin de susciter l'intérêt et la curiosité des profanes. Lors des événements religieux, il est fréquent de voir des conversions ou pactes d'allégeances transmis en direct sur la chaîne ou dans les web tv. En dehors de ce discours qui s'apparente à la publicité, la chaîne tient bien sa cible en faisant des allers et retours entre l'ancrage aux valeurs traditionnelles avec les différents piliers du mouridisme (travail, prière et spiritualité) et les exigences technologiques auxquelles les disciples doivent répondre. Ils semblent comprendre le message du fondateur qui se résume ainsi: (Mbacké, 2010, p. 300) « *Si jamais la marche du temps évolue dans un sens qui ne s'oppose nullement à vos valeurs et principes religieux, il vous faudra également évoluer en ce sens. Autrement, vous risquerez d'être dépassé par ce temps, qui passera alors par-dessus vos valeurs et principes* ».

Ensuite, nous appelons zones de transit les pays africains où les expatriés mourides résident entre deux et cinq ans avant de gagner l'Europe ou l'Amérique. Dans cette zone, le média dispose d'une forte audience chez les expatriés. C'est le cas de « mourid-tv² » où le média reprend et magnifie le discours des chefs religieux itinérants qui est souvent axé sur le travail comme une application d'un principe divin. Beaucoup de marqueurs³ sémio discursifs ont été utilisés pour reconforter ces disciples.

En fin, le troisième niveau du discours médiatique s'oriente vers la diaspora avec des spots publicitaires dénotant un appel à contribution (carte Barkélou⁴). Ici la réussite des disciples dans les pays d'accueil en Europe ou en Amérique n'est pas le fruit d'un investissement personnel, mais vue comme une action collective imputée à la baraka⁵ qu'on ne peut obtenir qu'en faisant partie d'une communauté. Le discours de la chaîne est bien stratifié et se conforme toujours aux situations spatio-temporelles de ses disciples à qui elle cherche à ressembler. Dans cet univers diasporique, la question du voyage est souvent évoquée d'une part pour glorifier les actions des disciples et d'autre part pour rendre hommage à leur guide qui a été déporté par le colon. Cette culture nomade que la chaîne justifie et légitime est la réplique d'un « Ndiguël », une recommandation divine, qui fait partie de l'essence même de la doctrine mouride que chaque khalife réitère.

Ces trois niveaux montrent à quel point Touba-média veut se positionner comme une chaîne qui ressemble aux disciples. Pour cela nous empruntons les propos de Mansour Tall (*ibid*), pour articuler et animer cet espace réticulaire, la chaîne a assuré la circulation de l'information entre les différents pôles du système. Les disciples hors contexte ont besoin de communication de la même

¹C'est la première chaîne d'une confrérie religieuse avec les mêmes moyens que les autres chaînes privées généralistes. Financée par les disciples mourides, son action s'articule autour des questions relatives à la religion.

² Dans l'émission « Diar-Diaris Serigne Touba », les itinéraires du fondateur.

³ Ces marqueurs peuvent être compris comme les productions littéraires du fondateur ainsi que les actes posés dans ces lieux pendant sa déportation.

⁴ Ce sont des cartes que le disciple achète en guise de contribution à une œuvre collective. Il faut noter que les réalisations des mourides sont essentiellement basées sur la contribution financière des disciples volontaires.

⁵ Chez les mourides, la baraka est considérée comme une réussite du disciple grâce aux prières mystiques de son guide religieux qui veille sur lui.

manière que tous les acteurs évoluant en réseau dans un contexte d'allongement des distances et de mobilité.

« Touba-média » présente un genre nouveau¹ pour faire la télé autrement avec un discours que chaque mouride s'approprie. Ce modèle repose sur la coproduction des contenus à partir du patrimoine littéraire qu'on essaye d'adapter à tous les supports médiatiques. Ce patrimoine est l'ensemble de l'œuvre littéraire du fondateur que tous les disciples magnifient et perpétuent à travers l'éducation, l'enseignement et les déclamations. Les médias, notamment la télé numérique contribuent à porter plus haut l'œuvre littéraire du cheikh en se fondant sur la médiation et la vulgarisation scientifique.

Les «web tv» dans les plateformes numériques des sites mourides

L'évolution des TICs a conduit les mourides à adapter leur discours aux nouveaux supports pour mieux toucher les disciples. Les web tv présentent de nombreux avantages à faible coût. Ils regroupent les quatre médias que les mourides utilisaient à savoir le livre, la télé, la radio et le téléphone². Cette opportunité se traduit par la ruée des mourides sur Internet. Nous avons répertorié un corpus d'une soixantaine de sites dédiés au mouridisme. Ce corpus nous sert pour notre recherche doctorale et un travail de classification est en cours. Le recouplement de ce corpus avec celui réalisé sur les autres médias nous permet d'avoir une certaine perception de la vision que les mourides ont sur les usages de ces technologies.

Le discours dans les plateformes numériques³

La plupart des sites dédiés aux mourides présentent un discours médiateur destiné à mieux expliquer le contenu des textes sacrés. Ce discours médiateur consiste à expliciter les textes et faits du fondateur à des disciples en simplifiant la compréhension. Ce discours révèle une passion que les fidèles vouent à ces textes. Le discours prend plusieurs formes. Il présente régulièrement un langage visuel à travers les vidéos diffusées dans les web tv des sites, mais aussi sous une forme écrite ou oralisée. C'est ce qui explique l'émergence d'une littérature spécifique aux mourides à travers les sites médiateurs. Ce sont des sites qui sont conçus par et pour des mourides, ils renvoient aussi à d'autres sites parlant de la même thématique.

Le discours visuel

L'écriture visuelle telle que les sites la présentent fait état d'un discours médiatique qui tourne au tour des événements culturels et cultuels. La mise en place par la Dahira Hisbut Tarqiya d'une exposition sur l'œuvre de Cheikh A Bamba est transmise en directe sur le site Internet lors du grand Magal⁴. L'exposition telle quelle est transmise sur Internet semble présenter dans un premier temps les mourides comme une force pour attirer les grâces de la population sénégalaise. Cela se matérialise par une forte fréquentation de leaders d'opinion dans les stands.

En second lieu, elle placera l'œuvre du Cheikh au prisme de la valorisation de l'humain par le travail et en faire un acte d'adoration. Ce discours est souvent assimilé à l'image du fondateur comme étant son credo. Il tourne autour de la mise en évidence des unités d'exposition calées sur les écrits et les enseignements du Cheikh. L'exposition s'appuie sur les symboles pour donner une légitimité à son discours, c'est ce que semble confirmer le commissaire de l'exposition, Atou

¹ La chaîne axe toute sa communication visuelle autour des symboles du mouridisme. Le logo type est moulé avec le minaret de la grande mosquée de Touba, l'image du fondateur déifiée sur un fond vert.

² Nous faisons allusion ici aux mourides de la diaspora car ces technologies réduisent considérablement les coûts de communication vers les pays d'origines. Nous avons remarqué que la diaspora, de façon générale, utilise le logiciel de téléphonie « Skype » du fait de l'application d'une taxe sur les appels entrant au Sénégal.

³ Les technologies de l'information et de la communication ont permis aux mourides de reconsidérer leur façon de transmettre et de circuler les savoirs. L'adoption des plateformes numériques permet le partage des savoirs et des pratiques. Les plateformes abritent des web tv qui renseignent sur les khassaïdes du fondateur sous plusieurs formes : orale (son), écrite (texte), vidéo (traduction et explication des versets).

⁴ Le Magal est le plus grand événement des mourides commémorant le départ en exil du fondateur le samedi 10 août 1895, correspondant à la date du 18 Safar 1313 du calendrier lunaire musulman.

Diagne, qui apprécie, en ces termes, la visite de l'autorité suprême du mouridisme. « *Cette visite hautement symbolique traduit un lancement officiel des Grandes Expositions sur le Mouridisme, qui pour rappel sont organisées en collaboration avec le Comité d'Organisation du Magal de Touba et traitent du thème fondamental de l'Hagiographie du Mouridisme.* » Source consultable sur le site www.htcom.sn.

Le troisième volet de l'analyse nous semble tourner vers une bataille médiatique et de positionnement sur l'international. L'accent est mis sur la communication avec la mise en place d'un auditorium qui abrite les chercheurs, les étudiants et la presse. Cela laisse voir la dimension scientifique que le responsable veut attribuer à cette exposition. Le dispositif mis en place montre que la cible principale n'est pas la population autochtone, mais plutôt un public, d'abord, « *diasporique* », puis étranger. C'est ce qui explique le positionnement du maître d'œuvre sur le choix des langues comme l'Arabe, le Français, l'Anglais pour donner une visibilité au mouridisme à travers les médias étrangers. L'audace de cette exposition virtuelle est « *sans commune mesure* », selon le commissaire de l'expo sur le site, www.lesgrandesexpositions2011.com¹. Que cette manifestation se veuille « *comme analogie l'exposition universelle de 1851* », mais aussi la portée médiatique de la « *coupe du monde* ». Donc c'est un média doublé d'un support de communication, et « *sa portée est incommensurable* ». Ce choix de l'exposition virtuelle est fait pour faire passer leurs idées et se positionner dans la bataille des contenus.

Le texte comme élément de discours identitaire et de partage dans le web

Nous convenons que le mouridisme est issu d'une société ancrée dans l'oralité. Même si cette tradition orale est encore présente dans certaines strates de la société sénégalaise, il faut reconnaître que l'écriture a influencé et façonné le rapport des mourides à la religion puis à leurs pratiques culturelles. Cette métamorphose a entraîné l'émergence d'une nouvelle élite littéraire de la trempe de Serigne Bassirou ou Mame Cheikh Anta².

Les précisions qui serviront à notre analyse, comme le disait Roland Barthes en évoquant le texte de la lutte avec l'ange, seront pour nous l'occasion de repréciser une recherche déjà entamée mais qui ne connaît pas encore un résultat définitif. Ce travail est une partie d'un point traité dans ma recherche doctorale.

Les changements de support ont facilité la mutation du texte vers de nouveaux dispositifs techniques. Les sites médiateurs et les web tv du mouridisme développent de nouvelles plateformes avec des actants à des niveaux différents. Dans la plateforme du site www.daarayweb.com ou celle de www.majalis.org, on assiste à une situation d'énonciation qui mobilise un énoncé, un énonciateur et un énonciataire.

Les textes présentés ici ressemblent à un discours médiateur car souvent c'est une approche visant à présenter les Khassaïdes (textes sacrés) sous une forme plus intelligible au travers d'autres langues comme le Français et l'Anglais. D'autres textes tournent au tour de la vulgarisation des principes et valeurs mourides et font souvent référence à la nouvelle vague intellectuelle de la diaspora mouride. Il y a des moments où il s'avère un peu difficile de faire la part des choses entre les textes militants et les médiateurs.

La surabondance textuelle inhérente au mouridisme est à l'image de la volonté des talibés soucieux de mettre en lumière leur identité³. La forte présence du discours militant⁴ ou médiateur dans les sites fait cohabiter deux éléments fondamentaux qui entrent en jeu dans la relation entre

¹ L'exposition a été consultée le 23 janvier 2011 au site Internet créé à cet effet. www.lesgrandesexpositions2011.com.

² Ce sont des scientifiques mourides que le fondateur lui-même a formé à la science religieuse et à la littérature arabe d'expression wolof.

³ L'identité mouride se résume autour de son être et de son comportement vis-à-vis de ses coreligionnaires. L'être du mouride c'est la maîtrise par cœur des textes du fondateur. Le comportement pour les disciples consiste à un « faire ensemble » c'est-à-dire la déclamation collective des khassaïdes (poèmes du fondateur) qui sont institutionnalisées à travers les dahiras (association de regroupement mouride).

⁴ Discours qu'émet le disciple mouride en faveur de sa communauté, il peut, quelques fois, ressembler à du prosélytisme. C'est un discours que certains cherchent à embellir voire prêter au guide des faits qui ne lui appartiennent pas. Cela est aussi noté dans sa production littéraire.

les talibés. On peut appeler ceux-là des acteurs (qui rendent la médiation possible) avec des niveaux de compétence différents. Ce sont d'abord les énonciateurs qui sont les administrateurs des sites s'occupant du choix discursif des contenus. Ils assurent la collecte de l'information, le tri et la diffusion en veillant sur l'authenticité et la pérennité de la communication.

Les énonciataires, à qui les discours sont destinés, viennent se connecter et établissent une relation de connivence en donnant une validité et une légitimité au discours. L'usage de ces textes laisse apparaître un discours ciblant une catégorie d'internaute. Lors d'une récente enquête¹, ces textes sont souvent consultés par une tranche de la population mouride dont la moyenne d'âge est de 26 ans, alors que les textes sacrés sont pour la plupart du temps consultés par les internautes disciples dont la moyenne d'âge est environ 45 ans. La distinction de ces deux publics réside dans la formation. Les premiers ont eu une formation de l'école occidentale et ne sachant pas lire correctement l'arabe. Alors que les seconds ont suivi une éducation coranique dans les Daaras (école de coran).

Les usagers des métatextes sont essentiellement des étudiants, cela peut s'expliquer par le fait que la majorité n'a pas reçu une éducation coranique de base dispensée en langue Arabe. Certains d'entre eux avancent qu'ils s'intéressent essentiellement à ce discours pour se faire une idée des principes du mouridisme mais également pour s'approprier le patrimoine culturel religieux laissé par le fondateur. Ils utilisent de manière constante l'outil Internet avec une connexion de plusieurs heures par jour. Les 2/3 de cette tranche de population sont étudiants et vivent en France. Ils fréquentent régulièrement ces sites pour garder un lien avec la communauté pour de nouveaux espaces sociaux.

Les deux d'actants à savoir l'énonciateur (acteur actif) qui émet les contenus discursifs et l'énonciataire (acteur passif) sont entrés en relation par l'intermédiaire de l'outil informatique ou de l'ordinateur qui joue un rôle de médiateur. La médiation de cet outil est tellement forte que l'énonciateur s'éclipse à son profit, ce qui parfois accorde à l'outil Internet un formidable pouvoir d'instaurer une culture numérique au sein de cette communauté jadis orale.

Bibliographie

BEYE C., 2011, « La communauté mouride du Sénégal et de la diaspora face aux défis des nouvelles technologies, le cas de l'Internet », *Le temps des Médias. Communiquer le sacré, NME*, n° 17, pp. 111-116

BEN AMOR-MATHIEU, L., 2000, *Les télévisions hispaniques aux Etats-Unis, l'invention d'une communauté*, Paris, Ed CNRS, 288 p.

DELPORTE C., 2003, « INTERDITS, tabous - transgression - censures », *Le Temps des Médias*, n°1, pp. 7-8. www.cairn.info/revue-le-temps-des-medias-2003-1-page-7.htm.

Consulté le 15 novembre 2011.

ECO U., 1985, *La guerre des faux*, Paris, Grasset, 274 p.

Lecomte, P., 1993, *Communication, télévision et démocratie*, Lyon, PUL, 96 p.

INA., 2004, *Le temps de l'événement : 11 septembre 2001*, premier forum international d'été, Paris, L'Harmattan, 226 p.

MBACKE A-A., 2010, *La vision politique de Cheikh Ahmadou Bamba*, Dakar, Majalis.

MILLS-AFFIF E., 2004, *Filmer les immigrés, les représentations audiovisuelles de l'immigration à la télévision française 1960-1986*, Bruxelles, de Boeck, 299 p.

ROBERT A., & NOOTER, M., 2010, « La répétition pour elle-même : les arts itératifs au Sénégal », pp. 192-201 in *La fabrique des images, visions du monde et formes de la représentation*, sous la direction de Philippe Descola, Paris, Somogy, 223 p.

¹ Enquêtes de fréquentation des sites réalisées lors du Magal des villes du sud de la France à Grenoble le 23 janvier 2011.

TALL S M., 2002, « les émigrés sénégalais et les nouvelles technologies de l'information et de la communication », pp. 223-260 in *Le Sénégal à l'heure de l'information*, sous la direction de Momar-Coumba Diop, Paris, Karthala, 390 p.

Production de contenus locaux au Burkina Faso vs hégémonie culturelle

Évariste Dakouré <evaristedakoure@gmail.com>

Groupe de recherche sur les enjeux de la communication. Université Stendhal Grenoble 3

Les brassages entre cultures engendrent des craintes de dominations. Depuis la sortie de la deuxième guerre mondiale la culture nord-américaine est hégémonique dans l'ensemble du monde. Cela suscite des débats autour de la question de la diversité culturelle et une convention a été signée à l'Unesco en octobre 2005 pour sauvegarder cette diversité. Le développement des TIC favorise l'hégémonie américaine, mais il donne aussi la possibilité à des pays africains comme le Burkina Faso de produire des contenus locaux économiquement viables: les exemples des productions vidéos de Nollywood au Nigéria et celle du Burkina ici traités montrent que ces contenus culturels africains peuvent être viables.

Introduction

Le développement des TIC engendre des mutations dans d'importants domaines qui impactent la vie quotidienne: économie, politique, culture notamment. Sur le plan culturel, ce développement a ravivé les critiques selon lesquelles les médias seraient le vecteur de l'hégémonie culturelle des États-Unis. Déjà dans les années 1970, Mattelart (1976: p. 215) affirmait que depuis plusieurs dizaines d'années, il y avait parfois dans divers pays du monde, des refus, des contestations concernant des contenus médiatiques étrangers, jugés inappropriés pour la consommation locale. De nos jours, en Afrique, on assiste à une «*reproduction ou imitation d'articles de journaux occidentaux, de diffusion d'émissions de télévisions occidentales, mimétisme dans les programmes créés sur place.*» (Lenoble-Bart et Tudesq, 2008: p. 47)

Internet malgré son faible développement au Burkina Faso (selon l'UIT¹ sur 100 habitants au Burkina Faso, 0,59 personne a accès à internet) est de plus en plus adopté notamment par les jeunes. Ceux-ci en ont entre autres des usages scolaires, ludiques. Ces derniers sont souvent fortement critiqués, car internet est considéré comme vecteur de cultures étrangères qui éloigneraient les jeunes Burkinabé des repères culturels de leur pays. Mais, comme l'énonce Miège (2005: p. 26), les TIC accompagnent le plus souvent les changements plus qu'elles ne les provoquent. En outre, tout en favorisant l'expansion de la culture nord américaine, les TIC permettent aussi le développement de contenus locaux dont il faudrait penser la viabilité économique en fonction de la demande locale. Cet article ne vise pas seulement à analyser les rapports entre cultures hégémoniques et cultures dominées en évoquant l'existence d'une influence culturelle des États-Unis. Partant de ce constat, il est question de montrer (exemple à l'appui) que les Africains ont la possibilité de produire des contenus locaux qui conviennent à un public africain. Le Burkina Faso est ici pris comme un point d'ancrage, mais cet article dans son ensemble renvoie de manière plus large à l'Afrique subsaharienne.

Les données de terrain utilisées dans ce travail sont issues d'une enquête menée en 2008 au Burkina Faso. Il s'agit de 57 entretiens dont 17 auprès d'élèves (collège et lycée), 13 avec des individus de catégories socioprofessionnelles différentes et 27 avec des acteurs de la promotion des TIC au Burkina. Ainsi, les éléments de terrain utilisés dans cet article viennent de l'exploitation d'une partie de ces données d'enquêtes. Il s'agit ici d'extraits de propos de

¹International Telecommunication Union, *Telecommunication and Trends in Africa . Connect Africa Summit*, Kigali, Rwanda, 29-30 October 2007, p.33.

personnes interrogés qui viennent appuyer notre argumentation. Nous utilisons aussi dans cet article des propos d'acteurs du secteur du cinéma au Burkina, ces extraits proviennent de la presse Burkinabé en ligne ou d'ouvrages.

Dans un premier temps, un état des idées liées à l'hégémonie culturelle est fait. Puis nous évoquons ce qui se dit -notamment au Burkina Faso- au sujet de cette domination culturelle. Nous développons l'argument selon lequel cette hégémonie culturelle est facilitée par le fait que des pays africains comme le Burkina ne mettent pas en place un environnement favorable au développement de contenus locaux. Cet article se termine par l'analyse du fait qu'avec le développement des TIC les pays africains ont la possibilité de produire, diffuser et consommer des contenus locaux. Cet argument est soutenu par les exemples des productions cinématographiques nigériane et burkinabé.

La question de l'hégémonie culturelle: un débat récurrent

Parler d'hégémonie culturelle revient souvent à évoquer la question de la diversité culturelle. En évoquant cette question, l'Unesco inscrit dans sa déclaration pour la diversité culturelle: *«cette diversité s'incarne dans l'originalité et la pluralité des identités qui caractérisent les groupes et les sociétés composant l'humanité. Source d'échange, d'innovation et de créativité, la diversité culturelle est, pour le genre humain, aussi nécessaire qu'est la biodiversité dans l'ordre du vivant.»* Toutefois, cette notion a des contours variables selon les intérêts économiques et socio-culturels des pays «puissants». À ce propos, Tristan Mattelart (2009: p.2) évoque la nécessité d'analyser la notion de *«diversité culturelle non pas comme donnée et allant de soi, mais comme construite et évoluant en fonction du contexte politique, économique et intellectuel.»* Les enjeux liés à cette diversité varient selon les époques. Pour Hoarau et al. (2005: p.5) *«alors que durant tout le XIXe siècle, la loi américaine autorisait le piratage des œuvres littéraires au nom de la défense de l'identité culturelle américaine, les États-Unis sont aujourd'hui [...] les principaux opposants à l'introduction d'une exception culturelle.»* Le Canada est l'un des premiers pays à subir l'influence culturelle américaine et cela a nécessité la mise en place de mesures protectionnistes: *«exposé aux programmes de son voisin, le Canada est le premier à vivre sur son territoire la mise en compétition de deux modèles de radio diffusion. En 1932, la crainte avouée de l'«américanisation» motive la création d'une «entreprise nationale publique.»* (Mattelart, 2005: p. 27)

Lamizet (1999: p.341) affirmait aussi l'existence d'une hégémonie culturelle anglo-saxonne: *«une nouvelle forme de domination culturelle apparaît, de nos jours, sous la forme de la situation hégémonique de la culture anglo-saxonne dans la mise en œuvre des médiations culturelles dans le monde entier.»* Les décennies passent mais cette domination est toujours présente et utilise les TIC pour continuer à «s'affirmer». Comme le souligne Kiyindou (2009: p.19), la domination de pays «puissants» dans le cadre de la *globalisation*, s'exprime dans un grand nombre de domaines. *«La globalisation, en effet, est présente dans tous les espaces de notre vie quotidienne. Elle affecte aussi bien le travail, l'éducation, la famille, la politique, les arts, la consommation de biens et de services, les loisirs [...]. Avec la multiplication des autoroutes de l'information, le local tend à se confondre au global et vice-versa.»* Si l'hégémonie culturelle anglo-saxonne s'impose dans le monde, l'Afrique, continent aux faibles industries culturelles, est très perméable vis-à-vis de cette culture.

Les pays d'Afrique subsaharienne sont particulièrement touchés par cette hégémonie

Au Burkina, les TIC sont parfois perçues comme un vecteur de l'hégémonie culturelle étrangère, américaine entre autres. Pendant les enquêtes que nous avons menées en 2008 sur les pratiques TIC des Burkinabé, dans toutes les catégories socioprofessionnelles interrogées, les enquêtés affirmaient qu'internet favorise cette domination. À ce sujet, un des enquêtés affirmait ceci: *«je pense que notre culture va disparaître totalement, parce que déjà on l'a abandonnée même s'il y a des efforts qui tentent de la préserver. Les quelques moyens de communication dont nous disposons ont déjà changé quelque chose dans notre culture. En plus dans la mentalité actuelle, les jeunes ne s'intéressent plus à la culture burkinabé.»* Certes, cet enquêté a une position qui peut sembler radicale, puisque qu'elle prédit sans réserve la disparition de la culture burkinabé du fait notamment des incidences des TIC. Les inquiétudes exprimées sur le terrain par rapport aux incidences culturelles des TIC, ne concernaient pas uniquement les conséquences de l'utilisation d'internet et du téléphone mobile, mais visaient également d'autres moyens de communication, dont la télévision.

Par rapport aux images étrangères diffusées au Burkina Faso, au-delà du fait de penser qu'elles éloignent les jeunes Burkinabé de repères culturels de ce pays, certaines associations participent à la recherche de solutions pour préserver les enfants d'une exposition à des images jugées inappropriées pour eux, du fait de scènes de violence ou de sexualité. À ce sujet, il arrive que des associations interpellent l'organisme en charge de la régulation de la communication: le conseil supérieur de la communication (CSC). En 2008, une militante associative nous affirmait ceci: *«pour la télévision nous nous sommes plaints dans le cadre d'une action commune de plusieurs membres de la société civile, pour dire au CSC qu'il y a des images qui passent à la télé et qui ne devraient pas être vues comme ça l'est par des enfants. Et à la suite de cela, le CSC a commencé à être plus regardant sur les images qui passent à la télé et à diffuser des spots de sensibilisation par rapport à ces images.»*

Évidemment le Burkina Faso est loin d'être le seul pays concerné en Afrique subsaharienne et cette influence de contenus médiatiques sur le comportement culturel de jeunes Africains ne date pas de nos jours. Dans un article où il analyse le rapport entre cinéma populaire et imaginaire social, Manthia Diawara (2011: p.13) indique: *«dans mon enfance à Bamako, mes amis et moi avions l'habitude d'aller au studio [...] nous faire photographier à la manière de Jimmy Hendrix, Elvis Presley, Johnny Hallyday ou James Brown. Nous copiions l'image de ces stars, vue sur les couvertures des albums et magazines comme Salut les Copains et Hit Parade.»* À ces propos, on peut ajouter ceux de Knut Lundby et Daniel Dayan (2004: p.52) pour qui *«les populations africaines urbaines et villageoises partagent souvent le même répertoire d'images narratives, répertoire abreuvé de produits culturels étrangers, qui se caractérise à la fois par un très fort contraste entre le monde représenté et celui de la réception.»* On peut dire que les craintes par rapport à la domination culturelle renvoient à la question d'un manque de production de contenus locaux.

La question de la production de contenus locaux

L'analyse de l'homogénéisation culturelle dont il est question ici doit prendre en compte certains facteurs économiques liés aux stratégies des acteurs dominants dans les domaines culturels considérés, dans la mesure où les contenus sont produits et diffusés par des industries de la culture

et de la communication (entre autres). À ce sujet, Benghozi (2004: 3) affirme: «*aujourd'hui, les opérateurs de télécommunications et de réseau, les éditeurs et constructeurs informatiques (Microsoft) et de matériels (Sony) disposent de moyens considérablement plus importants que les «majors» de la culture et sont à même de peser très directement sur l'orientation et le développement des filières culturelles.*» Prenant en compte la globalisation actuelle du monde, l'Unesco dans sa déclaration pour la diversité culturelle invite les États à favoriser la production de contenus locaux: «*tout en assurant la libre circulation des idées et des œuvres, les politiques culturelles doivent créer les conditions propices à la production et à la diffusion de biens et services culturels diversifiés [...] Il revient à chaque État, dans le respect des obligations internationales, de définir sa politique culturelle et de la mettre en œuvre par les moyens d'actions qu'il juge les mieux adaptés, qu'il s'agisse de soutiens opérationnels ou de cadres réglementaires appropriés.*» Cette vision de l'Unesco implique que l'État burkinabé par exemple, devrait favoriser le développement d'acteurs qui offriront des services culturels.

Cependant, l'État burkinabé n'a pas les moyens de subventionner les productions artistiques locales. Même le Fespaco (Festival panafricain du cinéma de Ouagadougou), qui fait la fierté de beaucoup de Burkinabé, est largement financé par des fonds étrangers sans lesquels ce festival cesserait probablement d'exister. Selon Samuel Lelièvre (2011: p. 130), ce festival est passé d'une vision idéologico-politique à une logique économique et «*une certaine fragilité, liée à sa dépendance à l'égard de bailleurs de fonds occidentaux et mondiaux, est toutefois apparue au fil des années*». Cependant, malgré cette logique économique prégnante, l'État burkinabé a un rôle important à jouer pour favoriser la production de contenus locaux.

Certes, la globalisation soutenue par le développement des TIC favorise l'afflux en Afrique de contenus culturels étrangers. Toutefois, le contact avec ces cultures étrangères peut aussi être source d'inspiration pour la production artistique africaine. Comme le dit Martín-Barbero (2002: p. 87) «*toute acceptation de l'hégémonie ne constitue pas un signe de soumission, comme le simple rejet ne signifie pas résistance; tout ce qui vient «d'en haut» n'est pas valeur de la classe dominante, car de là procèdent des choses qui répondent à des logiques qui ne sont pas celles de la domination.*» En termes d'apports du contact avec les cultures étrangères «*l'exemple des musiques de nombreux pays d'Afrique ou de la Caraïbe, [...] illustre le fait que les cultures sont capables de profondément se renouveler au contact des influences occidentales et des logiques de commercialisation.*» (Mattelart, 2009: p. 6). En matière de diversité culturelle, la production cinématographique est un élément qui est souvent étudié. «*En terme de diversité culturelle, il serait important d'établir quelle est la production nationale de films, sa part dans la diffusion cinématographique du pays.*» (Deloumeau, 2008: pp. 129-230). Le succès de la production cinématographique nigériane et la production burkinabé sont analysés ci-dessous pour montrer que les Africains peuvent produire, distribuer et consommer des produits culturels locaux (qui plaisent au public cible).

La puissance des multinationales dans le secteur de la culture n'exclut pas l'existence de contenus locaux viables en Afrique

Certes, il y a des acteurs dominants dans ce domaine, mais les Africains peuvent produire des contenus locaux qui trouveront leur place s'ils répondent à des attentes; en effet, la domination d'acteurs puissants n'exclut pas l'existence de *petits* acteurs locaux. Mais l'Afrique comme l'affirme Ousmane Ilbo Mahamane (2007), est «*un continent où tout manque, entre autres le marché de l'importation et de la distribution, les réseaux d'exploitation de films, de véritables lois*

protectionnistes, des infrastructures techniques, la formation professionnelle.» Néanmoins, les Africains devraient pouvoir produire de *manière soutenable* des contenus pour eux-mêmes. Il reste entre autres à trouver le type de contenus et le modèle économique.

A ce sujet, le Nigeria semble être sur la bonne voie pour ce qui est de la production de fiction. Comme le dit Pierre Barrot (2011: 107) «*avec une production de fiction vidéo foisonnante et unique en son genre, le Nigeria a su conquérir un immense public populaire dans toute l'Afrique subsaharienne*». Si la production vidéo nigériane a pu s'imposer dans ce pays et s'exporter avec succès, c'est parce que les acteurs de ce secteur exploitent un modèle économique rentable, basé sur la diffusion «direct-vidéo». Les clefs de cette réussite économique sont: -un format d'exploitation adapté à l'usage que pouvait en faire les publics potentiels (pas de projection en salles et distribution sous forme vidéo)- une indépendance par rapport aux circuits financiers habituels. «*Ce secteur tire ses recettes uniquement du marché et ne dépend d'aucune source de financement extérieure*» (Barrot (2011: p.108). Un autre facteur qui fait aussi le succès de ce cinéma est que les auteurs de ces films ont su comprendre les attentes des spectateurs des classes populaires et leurs scénarii rencontrent d'énormes succès. Mais sur le plan technique et artistique, les productions nigérianes sont connues pour leur médiocrité. Le succès des productions vidéos nigérianes donne des idées à des acteurs burkinabé dont Boubacar Diallo, ancien journaliste au Journal du Jeudi, devenu auteur-réalisateur et producteur de films vidéos à succès au Burkina Faso. Selon Élisabeth Lequeret (2007: 105) «*pour Boubacar Diallo, la vidéo est beaucoup plus qu'un choix esthétique: elle est la condition de son indépendance d'artiste et de producteur. En Afrique, où il n'est pas rare que, faute de financements, un réalisateur reste au chômage technique des années durant, il a enchaîné deux films en un an.*» Depuis les années 2000, le nombre de productions de films vidéos augmente de plus en plus au Burkina. Cette production vidéo a supplanté celle des films classiques. Ce qui justifie en partie le fait que depuis 1997, un film burkinabé n'a pas obtenu la consécration suprême au Fespaco. Les critiques de cinéma constatent aussi la perte de qualité des productions burkinabé. Selon le président de l'association des critiques de cinéma du Burkina (l'ASCRI-C) «*la reconnaissance internationale du cinéma burkinabé assurée jadis par les films d'auteur des années 80 l'est aujourd'hui par les séries populaires célèbres sur le petit écran et réalisés pour la plupart par des non-professionnels. De fait la qualité des films burkinabé, le statut du cinéaste et les contraintes liées au financement de la production ne cessent de faire débat.*¹» Ces séries populaires connaissent un succès au-delà des frontières burkinabé car certaines séries sont diffusées à l'international sur TV5 Afrique, entre autres. C'est le cas de la série les *Bobodioufs* qui a connu un grand succès mais dont la production s'est arrêtée (entre autres) à cause de problème de distribution.

En outre, malgré le nombre croissant de productions vidéos, peu de Burkinabé (à cause la pauvreté) vont voir ces films en salle. Ces films sont nettement moins accessibles sur DVD (au Burkina) que les films nigériens. Certains burkinabé aux faibles revenus fréquentent les vidéoclubs². «*Plaqué contre le mur d'un hangar de fortune, un petit écran diffuse "Special forces", film d'action américain: assis dans la pénombre sur des bancs en bois, une cinquantaine de jeunes ont les yeux rivés sur le vieux téléviseur...* (Selon Boubacar Nanéma) *quelques 250 vidéoclubs ont été recensés en 2008 dans la seule ville de Ouagadougou contre seulement neuf salles de cinéma*

¹ Voir <http://cnpress-zongo.ning.com/profiles/blogs/les-critiques-burkinab-instituent-un-festival-national-de-cin-ma>
Source consultée le 17 février 2012

² Lieux où des exploitants diffusent des films vidéo sur écran de télévision pour un public à bas revenus qui paie 50F CFA (0,08€) à 150 F CFA (0,22€) selon les films. Généralement il s'agit d'un espace sommairement aménagé, des bancs sont mis à disposition du public qui prend place sous un hangar. Les films projetés dans ces vidéoclubs sont en grande majorité des films étrangers, américain notamment. Dans les salles de cinéma classiques les places varient en moyenne entre 500 F CFA (0,76€) et 1000 F CFA (1,52€).

pour 1,5 million d'habitants¹» Ainsi, même si le développement de moyens de production vidéo a permis d'augmenter la production de films burkinabé celle-ci reste relativement peu accessible pour la majorité des Burkinabé (excepté les séries qui passent à la télévision). Le phénomène des vidéoclubs peut être analysé comme le signe d'une demande de films, cette demande est largement favorable au cinéma américain, même si on y passe des films chinois, indous entre autres.

Conclusion

Comme nous l'avons affirmé plus haut, pour limiter l'influence culturelle étrangère les Africains doivent trouver les moyens pour produire des contenus viables. La question du financement est un des principaux obstacles, mais comme le dit Claude Forest (2011: 70) pour la production, il existe de multiples pistes: la vidéo, les chaînes de télévision, le sponsoring, «*mais pour utiliser et adopter toutes ces possibilités, l'État doit jouer un rôle prépondérant, d'abord sur la législation mais surtout sur son respect.*» En un mot, il faut créer un environnement économique et juridique favorable aux investissements nationaux et internationaux. Les acteurs du milieu cinématographique au Burkina sont à la recherche de solution pour faire face au problème de production et dans ce sens, un fonds a été récemment créé pour soutenir la production de films locaux. Dans une interview accordée en janvier 2012, Gaston Kaboré disait: «*c'est un fonds d'aide automatique pour stimuler la production de films à petits budgets, produits par des producteurs ou des réalisateurs burkinabè, pour la consommation locale. Ces films, diffusés dans les salles commerciales du Burkina, devront avoir une durée de 70 minutes au moins. Sur la base des tickets payés par les spectateurs, les films qui atteindront plus de 10.000 entrées seront éligibles pour recevoir des aides de 10.000€ (6.559.500 FCFA), 15.000€ (9.839.355 FCFA) ou 30.000€ (19.678.710 FCFA) pour produire leur prochain film. La participation au fonds doit donc se faire avec un film déjà produit.*»² Ce type de subvention pourrait constituer un soutien important pour les producteurs. Il est encore tôt pour connaître les incidences mais ces subventions sont donnés dans le cadre d'un projet soutenu par la coopération suisse, on peut légitimement s'attendre à une évaluation à un moment donné. L'État burkinabé soutient aussi la production de films vidéos, selon Élisabeth Lequeret et Antoinette Delafin (2007: pp. 105-106) «*au Burkina, le ministère de la culture a mis sur pied un programme destiné à encourager la production de fiction vidéo... Pas de budget pellicule, une équipe réduite, une rapidité de tournage sans égale: le numérique permet d'énormes économies.*»

Au Burkina Faso, en plus du développement de films vidéos, les thématiques abordées dans les films sont davantage diversifiées par rapport aux décennies passées. Des films consacrés à la vie en campagne et aux traditions, les producteurs sont passés à des films traitant de faits de société urbaine, de conditions socio-économiques et politiques. Cette évolution permet aussi d'intéresser un public jeune.

Bibliographie

- BARROT P., 2011, «La production vidéo nigérienne. Miroir d'une société en ébullition», *Afrique contemporaine*, 2011/2 n° 238, p 107-121. DOI: 10.3917/afco.238.0107
- BENGHOZI P. J., 2004, «De l'exception à la diversité: quel avenir pour le pluralisme culturel?», In <http://crg.polytechnique.fr/fichiers/crg/publications/pdf/2004-04-07-324.pdf> consultée le 18/12/2011
- DAGNAUX M., «Exception culturelle: une politique peut en cacher une autre», *Le Débat* 2005/2 n°134, p.115-128. DOI:10.3917/deba.134.0115

¹Voir:<http://www.jeuneafrique.com/Article/DEPAFP20090306T113414Z/afrique-cinema-fespaco-hollywoodmeme-pendant-le-fespaco-hollywood-tient-l-affiche.html> consulté le 16 février 2012.

² Voir: <http://ledecentreur.com/index.php/arts-culture/19-cinema-tv/81-soutien-au-cinema-burkinabe-gaston-kabore-presente-le-fonds-succes-cinema> consulté le 16 février 2012.

- DEIOUMEAU L., 2008, «La difficile mesure de la diversité des expressions culturelles.» In LACHAPPELLE G. (dir.), *Diversité culturelle, identité et mondialisation. De la ratification à la mise en œuvre de la convention sur la diversité culturelle*, Québec, Les Presses de l'Université Laval, pp. 121-132
- DIAWARA M., «Le cinéma populaire et le nouvel imaginaire social», *L'Homme*, 2011/2 n° 198-199, p. 13-32
- EKAMBO J. C., KIYINDOU A., MIYOUNA L R., 2009, *Communication et dynamiques de globalisation culturelle*, Paris, L'Harmattan, 330 pages
- FOREST C., 2011, «L'industrie du cinéma en Afrique. Introduction thématique», *Afrique contemporaine*, 2011/2 n° 238, p 59-73. DOI: 10.3917/afco.238.0059
- HOARAU J., et al., 2005, «Menaces sur la diversité culturelle», *Mouvements*, 2005/1 n° 37, p. 5-7. DOI: 10.3917/mouv.037.0005
- ILBO MAHAMANE O., 2007, «Échec du développement de l'industrie cinématographique en Afrique», *Clap noir*, disponible sur www.clapnoir.org (article 249)
- LAMIZET B., 1999, *La médiation culturelle*, Paris, l'Harmattan, 447 pages
- LELIÈVRE S., 2011, «Institutions et professionnels de la production des cinémas africains», *Afrique contemporaine*, 2011/ 2 n° 238, p. 129-130. DOI: 10.3917/afco.238.0129
- LENOBLE-BART A., et TUDESQ A-J., 2008, *Connaitre les médias d'Afrique subsaharienne. Problématiques, sources et ressources*, Paris, Karthala, 176 pages.
- LEQUERET, A. 2007, «Boubacar Diallo, portrait d'un pionnier», In DELAFIN A. et POISSONNIER A., *Cinéma africains d'aujourd'hui*, Paris, Karthala, pp. 103-105.
- LEQUERET, A., et DELAFIN A, 2007, «Fiction et documentaire l'espoir numérique» In DELAFIN A. et POISSONNIER A., *Cinéma africains d'aujourd'hui*, Paris, Karthala, pp.105-107
- LUNDBY K. et DAYAN D., 2004, «Télévision, réception et identité dans une ville africaine», *Le Temps des médias*, 2004/2 n° 3, p. 49-59. DOI: 10.3917/tdm.003.0049
- MIÈGE B., 2003, «La contribution des industries de la culture, de l'information et de la communication à l'informationnalisation», *Question de communication n°3*, pp. 221-229
- MIÈGE B., 2005, «TICs et société de l'information, état de l'art de la recherche», in *Penser la société de l'information*, Tunis, Université de la Manouba, Fondation Konrad Adnauer, pp 23-31
- MARTÍN-BARBERO J., 2002, *Des médias aux médiations. Communication, culture et hégémonie*, Paris, CNRS éditions, 222 pages.
- MATTELART A., 1976, *Multinationales et systèmes de communication. Les appareils idéologiques de l'impérialisme*, Paris, Anthropos, 391 pages
- MATTELART A., 2005, *Diversité culturelle et mondialisation*, Paris, La Découverte, 122 pages
- MATTELART T, «Enjeux intellectuels de la diversité culturelle. Éléments de déconstruction théorique», *Culture prospective*, 2009/2 n°2, p.1-8. DOI:10.3917/culp.092.0001

Du consommateur au cyberconsommateur au Maroc : Quels impacts des TIC ?¹

Abderrazzak EL ABBADI <elabbadi.abd@gmail.com>

Ecole Nationale de Commerce et de Gestion. Université Ibn Tofail- Kénitra

El Ghalia BACHIRI « bachirighalia@gmail.com »

Ecole Nationale des Sciences Appliquées

Université Ibn Tofail, Kénitra

L'Internet avec le Web 2.0, en offrant des possibilités techniques énormes a favorisé l'émergence du e-commerce au Maroc. Cet élan du e-commerce a engendré la cyberconsommation au Maroc. La boutique traditionnelle est en voie d'être remplacée, ou du moins d'être supplée, par la cyberboutique tant les procédures de paiement et les sécurités y afférentes se renforcent depuis 2007. Néanmoins, face au e-commerce, les comportements de consommation des Marocains sont mitigés. Par ignorance ou par méfiance, remplir son panier d'achat en ligne par le consommateur marocain n'est pas une opération aussi aisée qu'elle en a l'air. En effet, le e-commerce au Maroc est un changement considérable au plan socioculturel qui ne s'est pas encore ancré dans les pratiques quotidiennes du consommateur marocain. Le présent article tentera d'expliquer le phénomène de l'émergence de la cyberconsommation en cherchant les réponses dans les changements socioculturels opérés sur les consommateurs marocains par les TIC

L'Internet avec le Web 2.0, en offrant des possibilités techniques énormes, a favorisé l'émergence du e-commerce au Maroc. De même, la volonté politique affirmée de développer ce secteur, au travers du Plan Maroc Numérique 2013, a contribué à la multiplication des sites marchands.

Cet élan du e-commerce a engendré la cyberconsommation au Maroc. La boutique traditionnelle est en voie d'être concurrencée par la cyberboutique tant les procédures de paiement et les sécurités y afférentes se renforcent depuis 2007.

Qu'en est-il des comportements de consommation des Marocains face au e-commerce? Aujourd'hui, de plus en plus de produits et de services sont vendus et achetés sur la toile ; cet engouement manifeste pour le e-commerce au Maroc est-il un changement au plan socioculturel ?

En vue d'appréhender cette problématique, notre méthodologie s'est basée sur une étude documentaire, une étude quantitative et une autre qualitative. Le protocole de l'étude ainsi que l'échantillon seront présentés plus en détail dans la partie y afférente. Mais avant cela, une définition du e-commerce ainsi que qu'une présentation de sa situation au Maroc s'imposent.

Du e-commerce

La notion de e-commerce « recouvre les différentes applications possibles de l'informatique faisant appel aux technologies de l'information et de la communication (TIC) pour traiter de façon permanente les relations d'une entreprise avec des organisations externes ou des particuliers. Le e-commerce concerne les échanges des ordres électroniques d'achat, de vente ou de paiement. Les technologies utilisées sont principalement celles de l'Internet mais peuvent se faire par des réseaux privés ou par téléphone »².

Le e-commerce est donc un canal de commercialisation des produits et des services basé sur des canaux liés au TIC. Il désigne les opérations d'échange de biens et de services sur Internet qui

¹ La présente communication est le fruit d'une recherche menée en collaboration avec les étudiants de la 5^{ème} année option : Marketing et actions commerciales de l'ENCG de Kénitra (2011/2012) à l'occasion d'une enquête qui a porté sur les perspectives du e-commerce au Maroc.

² Cf l'article à l'adresse URL www.oeconomia.net/private/cours/.../themes/ecommerce.pdf

consistent en un travail d'optimisation des ventes en ligne en jouant sur les quatre leviers qui sont : l'ergonomie, les mots clés, le taux de conversion et l'analyse du comportement des visiteurs.

En termes de coûts, le commerce électronique offre de grands bénéfices du fait que le client effectue lui-même son processus d'achat, les charges relatives au foncier, au stock, aux vendeurs, etc. se retrouvent donc réduites à néant. De surcroît, l'utilisation d'un canal de distribution court permet de réduire le temps et l'effort de travail et occasionne ainsi une réduction des coûts de distribution et commissions¹.

E-commerce au Maroc : réalités et perspectives

Aujourd'hui, les TIC offre aux PME marocaines des avantages conséquents en termes de rationalisation d'activités et de développement de nouvelles opportunités d'affaires. En effet, avec la vente annuelle moyenne de 120 000 ordinateurs, un marché potentiel de 08 millions d'internautes, 840 000 abonnés à Internet, 7 millions de porteurs de cartes bancaires², le web est devenu un marché non négligeable et le virage du e-commerce semble bien engagé.

Être présent sur la toile est devenu un véritable enjeu pour les entreprises. Le Web est devenu non seulement une vitrine procurant une visibilité à l'entreprise, mais aussi un marché juteux à exploiter. Il est donc logique que les professionnels, tous secteurs compris, l'investissent. A cet égard, l'organisation au Maroc du 03 au 05 Novembre 2011 de la première édition du salon E-commerce EXPO de Casablanca au Palais des Ambassadeurs de Casablanca, qui a réuni plus de 500 experts en e-commerce et e-marketing est la preuve, s'il en faut, du potentiel du e-commerce au Maroc. Par ailleurs, sous l'égide du Ministère de l'Industrie du Commerce et des Nouvelles Technologies, en partenariat avec la CGEMet l'AMECSEL, Xcom Events organisera la 1ère édition du Salon E-commerce.ma du 17 au 19 avril 2012 à l'Office des Changes de Casablanca³.

Selon les derniers chiffres publiés par le Centre Monétique Interbancaire (CMI), « le montant total des paiements effectués sur internet par carte bancaire auprès des sites marchands a atteint presque 53 millions de DH au premier trimestre de l'année 2010. Autrement dit, le e-commerce au Royaume a enregistré une progression de 25% par rapport au 4ème trimestre 2009 et environ la moitié du montant réalisé en 2009 (107 millions de DH) »⁴.

L'engouement du e-commerce chez les entreprises marocaines est en constante progression. Commercer sur le net n'est plus l'apanage des seules grandes entreprises mais pour les PME cela procure de réelles occasions d'affaires avec toutes les économies d'échelle y afférentes.

Qu'est-il du consommateur marocain ?

A fin de répondre à cette question, nous avons mené une enquête basée sur des recherches documentaires, des entretiens avec des entreprises opérant dans le e-commerce, des juristes, des webmasters, des organismes régissant le domaine et l'appréciation du e-commerce par le consommateur marocain.

Protocole de l'étude

En vue de répondre à notre objectif initial celui de cerner le comportement de consommation des marocains face au e-commerce, l'étude a été menée en trois étapes :

Etude documentaire ayant pour objectif d'examiner les écrits et les données disponibles pouvant orienter et enrichir notre étude ;

¹ Cf James T.PERRY et Garry P. SCHNEIDER, E-commerce, traduit et adapté par Bernard et Valérie TURGEON, Editions Reynald GOULET, Québec, 2002

² www.emaroc.info

³ <http://emaroc.info/2012/01/salon-e-commerce-ma-1ere-edition/>

⁴ Lire à cet égard l'article de Rachid Jankari publié sur l'adresse URL <http://zawaya.magharebia.com>

Etude qualitative menée auprès de juristes, webmasters et responsables au sein d'entreprises marocaines opérant dans le e-commerce ; Cette étude a eu pour objectif de recueillir l'avis de ces professionnels sur l'évolution que connaît ce secteur en termes de réglementation, de sécurisation et de perception ;

Etude quantitative administrée en ligne auprès d'un échantillon de 217 internautes conçu selon la méthode de l'échantillonnage aléatoire simple.

La composition de l'échantillon se présente comme suit :

Répartition par genre

Homme	49.6%
Femme	50,4
Total	100

Répartition par revenu mensuel

Moins de 2500 dhs	32,5%
Entre 2500 et 4000 dhs	12,0 %
Entre 4000 et 6000 dhs	10, 3%
Entre 6000 et 8000 dhs	18,8%
Entre 8000 et 10 000 dhs	15,2%
Plus que 10 000 dhs	11,1%
Total	100%

Répartition par occupation

Etudiants	11,1%
Fonctionnaires	45,3%
Hauts responsables	32,5%
Retraités, Départ volontaire et autres	11,1%
Total	100%

Répartition par âge

Moins de 20 ans	10,3%
De 21 à 40 ans	74,4%
De 41 à 60 ans	13,7%
Plus de 60 ans	1,6%
Total	100%

Notre méthodologie peut être résumée comme suit :

Objectifs	Cibles	Type d'étude	Approche	Echantillonnage	
Professionnels	Etat des lieux du e-commerce au Maroc à travers les questions de recherche	Offreurs (E/ses) Instances de réglementation (Maroc TC, CMI...)	Quali	Entretiens semi-directifs	Echantillonnage de convenance
Particuliers	Perception de l'activité du e-commerce	Consommateurs Non Consommateurs (Absolus & relatifs)	Quantitatif	Questionnaire	Quota

Cette méthode nous a permis d'identifier la population qui utilise le plus internet et qui est par conséquent susceptible d'acheter en ligne. Signalons, par ailleurs, que l'enquête s'est étalée sur une période de deux mois (les mois de novembre et de décembre 2011) sur l'axe géographique de Kénitra, de Rabat et de Casablanca (Maroc). Les principaux résultats obtenus à l'issue de ces différentes étapes seront présentés de manière succincte tout au long de cet article.

E-Commerce : entre confiance et méfiance

Le e-commerce est l'un des secteurs où le Maroc est le plus en retard comparé à d'autres secteurs technologiques. Il dépend de beaucoup de paramètres à savoir : techniques et économiques, mais aussi psychologiques. Il ne suffit pas d'avoir des infrastructures et des plateformes e-commerce pour que le marocain achète en ligne, le processus est beaucoup plus complexe et nécessite la mise en place d'une stratégie qui amène le consommateur à faire confiance progressivement dans les commerces électroniques.

Techniquement, le Maroc dispose de toute l'infrastructure et l'organisation nécessaire du paiement en ligne. De plus, depuis 2001, créée à l'initiative des banques marocaines, la société Maroc Télécommerce s'est attelée à la tâche de mettre à la disposition des entreprises une infrastructure technologique sécurisée leur permettant de vendre leurs produits et services sur Internet aussi bien au Maroc qu'à l'étranger. A côté de cela, de nouveaux services de paiement électronique et de transfert d'argent ont vu le jour, la solution MobiCash par exemple qui permet de payer via son mobile et le service e-Floussy qui simplifie les transferts d'argent.

Aujourd'hui, les banques marocaines proposent systématiquement des cartes de paiement à leurs clients et la demande des cartes internationales se fait de plus en plus¹.

Néanmoins, des sites e-commerce ont su pénétrer le marché marocain ; le plus grand succès a été celui de MicroChoix, qui a su convaincre et fidéliser une clientèle bien avant la mise en place du paiement en ligne. Ceci nous mène alors à la notion de « Confiance » entre le marchand et le consommateur qui constitue la clé de réussite du commerce en ligne. En effet, la structuration de la confiance se fait à deux niveaux : d'un côté le marchand doit être certain que l'argent va bien arriver sur son compte ; d'un autre, le client doit avoir la garantie que le produit acheté soit livré dans les délais et que sa qualité corresponde bien à celle décrite sur le site.

¹ Selon El Hadi Chaïbaïnou, DG du Groupement Professionnel des Banques du Maroc (GPBM).

A cet égard, le rôle des banques est primordial car elles doivent assumer leurs responsabilités, en assurant les transactions et en remboursant le marchand comme le client en cas de fraude avérée.

Afin de comprendre comment est perçu le e-commerce par les Marocains et comment cette notion de confiance peut intervenir dans l'acte d'achat sur internet, nous avons mené 02 enquêtes auprès de différents échantillons.

La première avait pour but d'analyser les motivations et les freins quant à l'achat en ligne. La deuxième s'intéresse à la connaissance qu'ont les marocains des opérateurs responsables du paiement en ligne et les risques encourus.

Cette enquête réalisée auprès d'un échantillon de Marocain tend d'une part à décrire la perception l'activité de paiement par carte et, d'autre part, les différentes relations qu'entretient cette activité avec d'autres variables.

Le Consommateur marocain face aux protagonistes du e-Commerce

De prime abord, notre enquête a porté, non sur la connaissance du e-commerce, mais sur le processus en lui-même ainsi que sur ses intervenants. Seulement 38.5% des répondants estiment avoir une idée « Très Claire » au sujet du e-commerce au Maroc. Le reste qui représente plus de 60% ne sont pas sûr de leurs connaissances jusqu'à ne pas avoir d'idée claire du tout.

Nous nous sommes ensuite intéressé au niveau d'information des Marocains par rapport aux opérateurs clés du secteur qui, rappelons-le, sont :

Les banques ;

Les sites e-commerce ;

Maroc Télécommerce ;

Le Centre Monétique Interbancaire.

Concernant les banques, le niveau d'informations dont disposent les répondants atteint en moyenne « 3.97/5 ». Cette notation traduit le fait que les banques sont presque « parfaitement connues » des répondants. En outre, la majorité de ces derniers (47 observations / 40.2% de l'échantillon) estiment leur niveau de connaissance par rapport aux banques comme étant parfait. Ceci pourrait être expliqué, entre autres, par la démocratisation, de plus en plus généralisée, de la bancarisation dans la société marocaine¹.

Le deuxième maillon de la filière e-commerce, les sites web, ont atteint un score de connaissance auprès des répondants de « 3.32/5 », qui traduit un niveau de connaissance assez bien. Cet indicateur étant de tendance centrale, le mode des réponses (32 observations / 27.4% de l'échantillon) demeure toutefois à un niveau faible. Ce dernier est en l'occurrence égale à « 2/5 » et veut dire que la majorité des répondants « ne sont pas sûrs » de leur connaissance par rapport aux sites marchands.

Maroc Télécommerce et le Centre Monétique Interbancaire, quant à eux, enregistrent respectivement des notes moyennes de « 2.68/5 » et « 2.69/5 ». Ces notations traduisent une incertitude de la part des répondants à l'égard de l'identité de ces opérateurs. Pire encore, sur 30 et 37 observations les répondants ignorent totalement ces deux opérateurs. En effet, leur notoriété ne dépasse pas le niveau « 2/5 » pour 73.5% des répondants dans le cas de Maroc Télécommerce et pour 65% dans le cas du Centre Monétique Interbancaire. Ceci, bien qu'il ne soit pas représentatif de l'ensemble de la société marocaine, il ne demeure pas moins un indicateur d'alerte dans la mesure où les représentants de la sécurité dans le secteur ne sont pas assez connus du public, sinon pas du tout.

¹ Selon El Hadi Chaïbaïnou, DG du Groupement Professionnel des Banques du Maroc (GPBM) : « Plus de 16 millions de Marocains ont un compte bancaire, soit 56% de la population. C'est une évolution très importante parce qu'il y a à peine quelques années, nous étions entre 20 et 30% ».

Le consommateur marocain et sa banque : entre séduction et appréhension

Conséquence de la bancarisation de plus en plus poussée au sein de la société marocaine, le parc de compte et cartes bancaires au niveau de l'échantillon sont très importants. Quant à la minorité qui n'en possède pas, elle est principalement composée d'étudiants.

Cependant, plus de la moitié des personnes possédant une carte bancaire ne l'ont jamais utilisée pour payer en ligne.

En effet, la quasi-totalité des répondants (75%) estiment que le paiement en ligne constitue une opération risquée ; lequel risque constitue le principal frein à la réalisation de transaction sur le net.

En vue de dresser une cartographie des responsables de ces risques, les répondants ont situé en premier lieu les sites web avec 37%. Pour 32 % des répondants, le risque proviendrait de tous les intervenants. Les cyber-consommateurs ont été blâmés à 14 reprises. Maroc Télécommerce et le Centre Monétique Interbancaire, quant à eux, ont été désignés comme responsables, respectivement à 16 et 14 reprises. Les banques demeurent les moins blâmées avec seulement 04 désignations.

Si la méfiance vis-à-vis des sites web est, plus ou moins, motivée, elle l'est moins dans le cas de Maroc Télécommerce et du Centre Monétique Interbancaire qui sont, en effet, les opérateurs dont les missions sont de veiller sur la sécurisation des transactions ainsi que sur le maintien des bonnes pratiques éthiques. Cependant, ils ont été blâmés à maintes reprises pour les risques liés au paiement en ligne.

La désignation des responsables est donc tributaire de la méconnaissance des opérateurs ; en d'autres termes, il existe une relation significative entre la connaissance d'un opérateur et sa désignation en tant que responsable des risques liés à l'e-paiement.

De surcroît, la majorité absolue des consommateurs marocains déclare ne pas connaître la procédure à suivre en cas de problème lors du paiement en ligne.

La confiance en le e-commerce : entre les jeunes et les moins jeunes

Une grande partie de notre échantillon se connecte quotidiennement à internet avec 93% des réponses. Il se compose essentiellement d'une population dont l'âge est compris entre 18 et 29 ans. Ceci nous amène à conclure que cette catégorie (18 – 29 ans) est la plus exposée à tout ce qui relève d'opérations sur internet.

Néanmoins, la majorité des répondants stipule avoir confiance moyennement ou pas du tout en le commerce en ligne contre à peine 24% qui ont confiance en ces modes d'achat et de paiement. Ces derniers sont principalement âgés de 18 à 29 ans. Ceux qui sont âgés de plus de 30 ans se méfient du commerce en ligne. Quant au passage à l'acte, seuls 38% de notre échantillon ont déjà effectué un achat en ligne. Ceci est intimement lié à la confiance qu'accordent les internautes dans le commerce en ligne.

Autre fait notoire, ceux qui disent ne pas avoir confiance en ce mode de paiement n'ont jamais effectué d'achat en ligne. Les raisons invoquées relèvent de la confiance en les sites web marocains et le système de paiement bancaire au Maroc. Le manque de confiance peut, en effet, être imputé au manque d'information sur la fiabilité de l'achat en ligne.

Certains répondants âgés de plus de 30 ans ont, quant à eux, mis en exergue la culture marocaine comme un frein au développement du e-commerce. En effet, faire des achats et empiler les produits dans une Qoffa (Couffin) procure pour le consommateur marocain un plaisir inouï qu'il n'est pas prêt de remplacer par le panier virtuel à remplir par un clic. Dématérialiser ainsi l'acte d'achat c'est substituer la culture des ancêtres par une autre jugée intrusive.

Nous avons noté aussi que même ceux qui affirment avoir déjà effectué des transactions en ligne n'ont que moyennement confiance en le e-commerce puisque lesdites transactions ne s'écartent guère des opérations courantes comme le paiement des factures de Maroc télécom, de Méditel et de la Lydec.

Quant aux sites d'achats groupés (hmizate, mydeal, marocdeal, etc.), ils intéressent les cyberconsommateurs dans la mesure où les paiements à effectuer ne dépassent pas les 200 Dhs ; somme d'ailleurs considérée comme dérisoire en cas de fraude ou d'insatisfaction.

Il ressort de ce qui précède, qu'aujourd'hui, la confiance a du mal à s'installer entre les entreprises et les cyberconsommateurs marocains bien que les sites e-commerce proposent en général des produits à des prix compétitifs mais le fait de ne pas avoir un vendeur en face et de pouvoir toucher le produit rebute encore.

Nonobstant, les énormes efforts déployés aussi bien institutionnels qu'entrepreneuraux pour développer le e-commerce au Maroc, le passage du commerce traditionnel au commerce électronique connaît quelques réticences chez les internautes, cyberconsommateurs potentiels, qui préfèrent profiter des TIC en vue de s'informer sur les produits et les services (Prix, disponibilité...etc.) pour concrétiser par la suite des actes d'achat de façon physique en se rendant dans les magasins. Cette façon de faire, appelée Clic & Mortar¹, est la combinaison préconisée par le consommateur marocain en vue de pallier les problèmes de confiance mais aussi de résistance culturelle face à l'achat en ligne.

Au fur et à mesure de l'installation de la confiance ainsi que de l'ancrage de l'achat en ligne dans la culture du consommateur marocain, le passage du commerce traditionnel au commerce en ligne se ferait graduellement. Cette mutation devra donc tenir compte de plusieurs facteurs inhérents à sa réussite à savoir : Confiance, Sécurité et Transparence. Ces facteurs font, sans aucun doute, partie des vastes questions que devraient se poser les instances de réglementation ainsi que les entreprises pour élargir les perspectives d'évolution de ce mode de commerce qui, certainement, facilitera la vie à des centaines de milliers de Marocains.

Bibliographie

- PERRY J. et SCHNEIDER G., 2002, *E-commerce*, traduit de l'anglais et adapté par Bernard et Valérie TURGEON, Editions Reynald GOULET, Québec, 355 pages
- KIENAN B., 2001, *E-commerce. Stratégies et solutions*, Microsoft Press, 245 pages.

Webographie

- www.oeconomia.net/private/cours/.../themes/ecommerce.pdf
www.emaroc.info
<http://emaroc.info/2012/01/salon-e-commerce-ma-1ere-edition/>
<http://zawaya.magharebia.com>

¹ Le « Clic & Mortar » signifie « clic et mortier », c'est-à-dire Internet combiné au magasin traditionnel. Repérer le produit sur le net et l'acheter en magasin.

Usage des TIC et construction identitaire des jeunes français issus de l'immigration : le cas des textes de rap.

Mohammed Fliti <fliti.med@live.fr>

Université du Havre- (UMR-IDEES 6266)

Parmi les éléments culturels les plus importants dans les banlieues françaises, on trouve le rap. C'est l'un des genres du mouvement hip-hop qui englobe la danse (break, smurf etc.), le graff, le tag et un style de vie particulier (une façon de marcher, de s'habiller, de communiquer spécifique). La rencontre des jeunes issus de l'immigration avec le hip-hop et le rap en particulier est indispensable dans la mesure où cette culture est ancrée dans les quartiers populaires en France. Certains chercheurs ont démontré qu'il existe non seulement un enclavement socio-spatial mais aussi un « enclavement culturel ». Actuellement, l'usage des TIC par les rappeurs et en particulier Internet est indispensable. En effet, tous les rappeurs utilisent la technique dans le processus de la production artistique (MAO : musique assistée par ordinateur). Mais aussi ils s'appuient sur l'usage des TIC pour des raisons socio-économique et politique. Aujourd'hui la construction de leurs identités se fait virtuellement par des TIC.

Médine; acteur-pluriel

Le rap est devenu un véritable moyen de communication et de socialisation des jeunes des quartiers populaires et en particulier des jeunes issus de l'immigration. Ces jeunes se servent aussi du rap pour construire leurs identités. Dans les périphéries des grandes villes françaises, le hip-hop et notamment le rap est la pratique artistique la plus ancrée dans les quartiers des cités. En effet, le rap est parmi les moyens d'expression de ces jeunes. Ils le font comme une passerelle entre leurs cultures familiales et celle de leur pays d'accueil représentée en particulier par l'Ecole.

Actuellement, les jeunes issus de l'immigration maghrébine et subsaharienne s'intéressent de plus en plus à la religion musulmane. En effet, l'islam est aujourd'hui devenu l'une des composantes de leurs identités (Khosrokhavar, 1997). Les normes et les valeurs de cette religion vont influencer même leurs pratiques culturelles comme le rap. Ces dernières années les chercheurs des pratiques culturelles populaires ont observé l'émergence d'un type de rap normalisé. Le rappeur Médine en est un représentant. « *prenons l'exemple du second marché mondial du rap qu'est la France (Schaar, 1999). Les chefs de file de la discipline sont pour une bonne part musulmans, et les plus emblématiques revendiquent clairement leur appartenance à l'islam voire en font la principale texture de leur expression. Parmi la trentaine de profils présents dans le paysage, citons ceux du Havrais Médine (né en 1983 et originaire d'Algérie) qui est produit chez Din records et Because.* » (Al-Asri, 2009 : 38).

Ainsi, Médine a trouvé dans cette religion des valeurs et des normes qui lui permettent de construire son identité mais aussi celle des autres jeunes. En tant que rappeur, Médine s'est engagé physiquement et virtuellement afin de faire passer des messages culturels, sociaux et politiques. Actuellement les rappeurs ont compris l'importance des TIC dans leurs productions artistiques, leurs engagements militantes et dans leurs processus de construction identitaire.

Ce travail vise à étudier le discours de rappeur Havrais Médine qui petit à petit a réussi à créer une identité cyberactiviste en s'appuyant sur l'usage des TIC. L'objectif est double :

1) Analyser les aspects de son discours 2) Savoir comment il influence les jeunes à travers l'usage des TIC en véhiculant différents messages.

Notre question de recherche est la suivante : Quels sont les différents aspects du discours du rappeur Médine qui vise à influencer les jeunes des quartiers populaires en France et en particulier au Havre ? Comment ces aspects jouent-ils un rôle dans la construction de leur identité à travers le cyberactivisme ou l'usage des TIC de Médine ?

Notre hypothèse est la suivante : nous pensons que le rap de Médine est un discours qui contient plusieurs messages dans le but de les diffuser à une variété de public. Médine en utilisant les TIC

et en faisant de la musique, communique avec plusieurs acteurs sociaux dans une interaction circulaire.

-Médine communique des idées avec les jeunes et les acteurs sociaux par l'usage des TIC dans le but de les convaincre. Dans cette interaction Médine et les jeunes des quartiers populaires essayent de construire une identité de compromis entre les valeurs du pays d'accueil et celles de l'islam.

-Médine avec ses collègues rappers utilisent la technique dans le but d'élaborer un projet social et de socialiser les plus jeunes. Donc ici la technique joue un rôle primordial pour faciliter la production et la diffusion d'un message. Mais le social aussi développe la technique dans la mesure où les rappers travaillent et utilisent la technique de manière récurrente, ce qui permet d'évoluer et de trouver de nouvelles méthodes et techniques.

Le travail actuel est une analyse de discours de Médine d'un corpus vidéographique composé de 5 vidéos, diffusées sur You-Tube d'une durée moyenne de 6 mn. En se basant sur la démarche cyberanthropologique¹.

J'ai visionné au début une quarantaine de vidéos sur You Tube, Dailymotion ou sur les différents sites spécialisé de rap. J'ai choisi 3 chansons en vidéo-clip et deux interviews du rappeur Havrais Médine représentatives de son discours. L'objectif est double. D'un côté extraire les aspects (religieux, social, politique etc.) et de l'autre dégager les éléments de son discours destiné aux jeunes et à une variété d'acteurs sociaux.

Les vidéos sont disponibles sur les liens suivants :

- <http://www.youtube.com/watch?v=TXvWt69E0p4>

- http://www.youtube.com/watch?v=_Bf1p13wTi4

- <http://www.youtube.com/watch?v=B0mfCx8BPS7I>

- <http://www.youtube.com/watch?v=T2DiOj6o1Do>

-<http://www.youtube.com/watch?NR=1&v=ke2cBCFhJWU&feature=endscreen>

Médine est l'auteur de quatre albums solo et de trois albums avec la Boussole². Il se caractérise par une voix vive, rauque et prône des textes originaux dans la mesure où il se réfère à des auteurs comme par exemple son texte sur Kunta Kinte. Il s'appuie sur le livre Racines d'Alex HALEY

Il est l'une des principales figures engagées qui représentent un type de rap revendicatif, contestataire et conscient.

Ses textes se composent de trois catégories :

- 1- Des histoires courtes souvent tragiques (story-telling) : Il écrit des textes en racontant des histoires comme par exemple dans son texte intitulé « Enfant de destin » 'David'. Dans ce texte, il raconte l'histoire d'un jeune Israélien David, dont les parents soldats de Tsahal, s'apprêtent à partir au Front, moins convaincu que ses parents, il veut leur faire part de son opinion sur cette guerre, il sera victime d'un attentat avant d'avoir pu leur faire part de ses impressions sur ce conflit.
- 2- Des textes sur les grands événements nationaux et internationaux comme les événements de 11 septembre aux Etats-Unis ou l'incendie Boulevard Vincent Auriol à Paris. Médine décide après cet incendie d'écrire un texte et de produire un vidéo-clip pour rendre hommage aux 17

¹ Le cyberanthropologue travaille dans des lieux et non-lieux qui n'existent pas physiquement. Il collecte ses données sur Internet et peut avoir recours aux mêmes méthodes que l'anthropologie telles que l'observation participante, etc.

² Le nom du collectif de Médine.

morts dont 14 enfants âgés de trois mois à dix ans et trente blessés issus de la même communauté d’Afrique noire.

- 3- Des « textes-engagés » comme par exemple « Don’t panik », « Code barbe » ou « Arabian panther », dans ses textes il dénonce les amalgames, la discrimination ou la stigmatisation des jeunes issus de l’immigration et de l’islam. Il utilise aussi dans ses textes des slogans comme par exemple ; « la panthère n’attaque pas mais elle se défend féroce » « le savoir est une arme », « on peut tuer un révolutionnaire mais pas la révolution » « si tu ne sais pas où tu vas regarde plutôt d’où tu viens », etc.

Les caractéristiques de rappeur Médine sont résumées de la manière suivante :

- 1- Une double critique sociale du rappeur sur la société d’accueil et de sa communauté.
- 2- Un double engagement virtuel et physique.
- 3- Un fort attachement aux références de la résistance (les blacks panthers, Malcom x, le parti anti-capitaliste, Tariq Ramadan, etc.)
- 4- Une double résistance face aux industries culturelles et à certaines institutions médiatiques.

L’aspect religieux et social

Ce qui caractérise le plus le discours de Médine c’est l’aspect religieux. Presque tous ses albums contiennent un ou deux textes qui abordent la question religieuse et en particulier la religion musulmane.

Avant d’analyser son discours il est important de montrer les raisons et les motivations qui ont poussé Médine à faire de la religion une priorité dans son engagement artistique.

La socialisation des jeunes issus de l’immigration est très différente de celle des Français dits de souche dans la mesure où ces derniers vivent une cohérence dans leur processus de socialisation. En effet, les valeurs des institutions de socialisation ne diffèrent pas beaucoup les unes des autres. Il existe une certaine cohérence de valeurs entre ces institutions ce qui permet aux jeunes de trouver une stabilité psychologique et sociale.

Quant aux jeunes issus de l’immigration ils ont été socialisés dans des institutions où les valeurs et les normes sont peu homogènes notamment celles de la famille et de l’École. « *La construction identitaire de ces jeunes est complexe car ils se trouvent au centre d’un système de valeurs différentes, voire contradictoires.* » (Aissaoui, De Sousa, 2008 : 24).

Ceci a créé des tensions intenses au niveau de leurs personnalités et a surtout généré des conflits et des crises d’identité manifestes dans leurs comportements.

De surcroît l’événement de 11 septembre 2001 a aggravé cette situation de crise identitaire des jeunes issus de l’immigration. En effet, certains médias ont non seulement dénoncé le radicalisme religieux mais ont aussi créé des polémiques sur l’islam et les jeunes issus de l’immigration. C’est la raison pour laquelle les acteurs religieux notamment ceux des associations des quartiers populaires se sont mobilisés pour dénoncer cette amalgame en inculquant aux jeunes des quartiers les vrais valeurs de l’islam.

Parmi ces jeunes, les rappeurs de quartier de Mont-Gaillard au Havre dont Médine ont été socialisés dans le centre islamique de proximité. D’une part cette socialisation leur a permis de se rassurer et d’avoir une stabilité psychologique et identitaire et d’autre part de les inciter à devenir des acteurs de socialisation par le biais de rap. Un engagement des acteurs qui incite d’autres acteurs comme les rappeurs à se mobiliser afin de changer l’opinion et de résister au système médiatique unilatéral. Cet extrait nous montre comment les associations de proximité dont l’association « Havre de savoir » socialisent les jeunes : « *L’islam ne cesse de devenir le centre de préoccupation des musulmans de France, en particulier chez les jeunes. L’islam devient ainsi une référence majeure qui donne un sens à leur vie quotidienne et détermine leur identité.* »

Cet éveil a suscité, chez les jeunes musulmans notamment, une soif d'apprendre afin de vivre fidèlement aux principes et aux enseignements de leur religion.

H.D.S s'est donné comme mission d'étancher cette soif à travers la publication régulière de brochure, l'organisation de conférence et de forum ayant pour thème la religion musulmane. »¹

Médine est l'un des rappers français les plus engagés par ses textes et son discours revendicatifs. Il essaie de socialiser les plus jeunes des quartiers populaires en produisant des textes symboliques à dimension religieuse. Son discours est souvent destiné à sa communauté et aux acteurs sociaux et médiatiques. Il critique dans ses textes les dérives de sa communauté mais aussi les dérives médiatiques.

Dans ces cinq vidéos on trouve deux titres intitulés « Don't panik », « Code barbe ».

La première partie de son premier texte est destinée à la communauté musulmane et aux jeunes des quartiers populaires. Il essaie de les encourager à affirmer une appartenance religieuse et de ne pas avoir peur de la stigmatisation de certains médias sur l'islam, les musulmans, les jeunes issus de l'immigration, etc. Extrait de texte : « **Don't panik** » :

Don't panik !

Muslim, je le suis everyday

Ecoute ma chronique d'une république effritée

Boul'éhia² de ta barbe, dis-leur Don't panik !!

Musulmane de ton voile, dis-leur Don't panik !!

Banlieusard de ta ville, dis-leur Don't panik !!

Mon slogan, ma devise, c'est le Don't panik !!

Prolétaire de ta classe, dis-leur Don't panik !!

Africain de ta peau, dis-leur Don't panik !!

Musulman de ta foi, dis-leur Don't panik !!

Dans le texte précédent, Médine revendique son appartenance de classe, de religion, de proximité, etc. Il annonce son fort attachement à la religion musulmane et il va jusqu'à inciter les jeunes de ne pas avoir peur des stigmatisations et de revendiquer ces traits qui composent l'identité de ces jeunes des quartiers populaires.

Dans les extraits suivants on constate que le rappeur Médine critique ce que pensent certains acteurs sociaux que se soit de sa communauté ou de son pays d'accueil sur la barbe et les barbus. Cette double critique nous montre que le rappeur veut prendre une position autonome et revendique une certaine liberté afin de construire une identité de compromis.

Extrait du texte : « Code barbe »

Elle a plus de sens que les lunettes à Polnareff

Et c'est sur un prof de science elle symbolise la sagesse

Elle ce n'est pas sa taille qui fait la valeur d'un homme

Ni sa présence qui me fait vendre des albums

Camouflage pour une partie du visage

Elle est bien souvent de façon falsche dans les braquages

Associé aux black binocle et gabardine ou carabine

Les caméras de surveillances elle baratine

¹ Le site officiel de l'association « Havre de savoir » : <http://havredesavoir.fr/qui-sommes-nous/>

² Un barbu.

*Protège quiconque sans changer d'adresse
En 2001 elle devient star de l'actu
En 2002 rien qu'à cause d'elle j'ai voté Robert Hue
Elle est détesté outre atlantique
Les médias en parlent comme une mauvaise herbe
Qui se propage comme un poil pubien dans leurs potages
Otage de quedab et d'amalgame
Si l'habit ne fait pas le moine elle ne fera pas l'imam
Protestataires qui crie 'barbe is Beautiful' !*

On considère ici le rappeur Médine comme un leader qui prend des initiatives pour exprimer certaines idées et opinions. Il répond aussi aux besoins de sa communauté en défendant leurs valeurs mais aussi il critique les dérives de sa communauté par exemple dans cet extrait :

*Elle ce n'est pas sa taille qui fait la valeur d'un homme
Ni sa présence qui me fait vendre des albums
Camouflage pour une partie du visage
Otage de quedab et d'amalgame
Si l'habit ne fait pas le moine elle ne fera pas l'imam*

L'aspect politique et économique

Dans les cinq vidéos, le rappeur lance des messages aux pouvoirs publics et médiatiques qui consistent à critiquer leur façon d'aborder la communauté musulmane et en particulier les jeunes issus de l'immigration. Selon Médine certains médias et acteurs sociaux ont des préjugés sur les jeunes. Il voit cette attitude comme une attaque d'où viennent ses réactions à travers l'usage des TIC et d'Internet pour répondre à ces propos. Il critique également les pouvoirs économiques notamment les industries phonographiques qui selon lui ont changé l'authenticité et la conception contestataire du rap.

Extrait du texte : « **Don't panik** »

*Don't panik !!,
On n'incite pas nos sœurs à être candidate à l'excision,
Nous aussi, on souhaite émanciper la femme,
Mais on ne règlera pas le problème en relookant les Afghanes.
Travail égale, fiche de paie inégale pour femme,
Ce n'est tout de même pas une philosophie musulmane,
Ce drame !, parce que silencieuse sont leurs marches,
Pour respecter nos sœurs on n'attendra pas le 8 mars,
Nan !, hypocrisie d'une société patriarcale,
Qui transforme l'injustice en patriote acte,
Libertine, laïcité et liberticide,*

Qui viole nos droits civiques sans préservatif.

Dans cet extrait certaines phrases sont destinées de manière directe ou non à certains acteurs médiatiques, sociaux et politiques. On peut considérer ces messages comme une rétroaction de Médine qui répond aux critiques de ces acteurs.

Médine s'engage physiquement dans les manifestations politiques en participant aux concerts organisés par le parti anti-capitaliste Havrais ou par les collectifs et les associations nationales engagées telles que « les indigènes, L'UOIF¹.) »

Mais son engagement est aussi basé sur l'usage des TIC qui leur permet d'exprimer ses opinions et de lancer des messages à son public ou aux acteurs sociaux. Ces dernières années Médine a multiplié ses actions d'engagement en utilisant les réseaux sociaux et Internet. GONÇALVES F. (2009) disait « Ces artistes se rendent compte du fait que, dans un monde de plus en plus interconnecté, les espaces physiques et virtuels s'imbriquent par l'intermédiaire des réseaux de communication qui en deviennent d'importantes ressources pour de nouvelles formes d'expressions artistique et politique. » (p. 4)

Conclusion

À travers l'usage des TIC, Médine adresse son discours à un public varié en développant une stratégie de communication qui consiste à critiquer sa communauté et le pays d'accueil. Cela signifie que ce rappeur prend une position autonome qui est en train de se construire au fur et à mesure. Médine a été socialisé une « socialisation continue » par des acteurs locaux notamment religieux ce qui lui a permis de trouver une stabilisation psychologique au niveau de son identité. Actuellement, Médine et certains jeunes issus de l'immigration dépendent de ce processus de « socialisation continue » dans leur construction identitaire.

En définitive, les TIC et en particulier Internet sont devenus une arme de défense pour les rappeurs. Médine s'engage tant virtuellement que physiquement en critiquant les sociétés d'accueils et des pays d'origine dans le but de construire une identité de compromis. Les rappeurs ont compris l'importance des TIC et des réseaux sociaux pour transmettre des informations et pour varier leurs actions.

Bibliographie :

AISSAOUI L., DE SOUSA M., 2008, *Etranger ici, Etranger là-bas, le discours identitaire des jeunes issus de l'immigration en France*, Université du Rouen, Synergies *Monde* n° 5, pp. 17-27.

BOBINEAU O., 2010, *Les formes élémentaires de l'engagement. Une anthropologie du sens*, Paris, Temps Présent, 165 p.

BOUQUET M., 2008, *Les banlieues entre fermeture et ouverture : réalités et représentations de l'enclavement dans les quartiers urbains défavorisés*. Thèse de doctorat de géographie, Université du Havre, sous la direction de Benjamin STECK. 456 p.

EL ASRI F., 2009, « L'expression musicale de musulmans européens. Création de sonorités et normativité Religieuse », in *Créations et migrations*, n°2, volume 25, pp. 35-50

GONÇALVES N., 2009, Arts, activisme et le transpolitique : étude sur des utilisations artistiques des technologies de la communication en France et au Brésil, *Société*, n° 104, pp. 115-130.

LAHIRE B., 2001, *L'homme pluriel ; les ressorts de l'action*. Armand Colin/Nathan, 392 p.

MOHAMED A., 2003, *Langues et identité ; les jeunes maghrébins de l'immigration*, Édition SIDES, 210 p.

¹ L'Union des organisations des musulmans de France.

- SACRISTE V., 2007, *Communication et médias ; Sociologie de l'espace médiatique*, Vanves, Foucher, 383 p.
- SHUSTERMAN R., 2003, «Pragmatisme, art et violence : le cas du rap», *Mouvements*, n°26, pp 116-122.
- STOKES M., 2004, Musique, identité et "ville-monde", *L'Homme*, n° 171-172, pp. 371-388.
- VERDIER B., 2005, *Professionalisation des formateurs et dispositifs FOAD ; L'influence des TIC sur un groupe professionnel*, Thèse de doctorat en Sciences de l'Éducation à L'Université Reims Champagne Ardenne, sous la direction de Gilles BAILLAT. 372 p.
- VITALIS A., 1994, *Médias et nouvelles technologie ; pour une socio-politique des usages*, Renne, éditions Apogée, 159 p.

Le mariage via internet au sein de la société algérienne

Leila Hammoud <hammoud6_leila@yahoo.fr>

Université A.MIRA Bejaïa Algérie - Université Alger2

A l'heure où nous assistons à une transformation progressive du système matrimonial, les modes de rencontres entre les candidats au mariage se diversifient en s'éloignant de plus en plus des modes traditionnels ancrés dans les structures familiales. La recherche de conjoints sur les sites de rencontre vient se juxtaposer sur les modes habituels pour offrir de nouvelles opportunités aux jeunes personnes voulant fuir le célibat et trouver l'âme sœur.

Introduction

Nous assistons, depuis peu à l'émergence d'une nouvelle pratique ; le mariage via Internet. Cette pratique ayant apparue au sein de la société algérienne depuis le début des années 2000, donne l'apparence de vouloir prendre le relais à une vieille pratique sociale ancrée dans la culture traditionnelle et qui a donnée naissance à un corps de métier; celui de marieuse, qui après être partiellement remplacé par les annonces matrimoniales dans la presse écrite durant les années 90, puis par la timide apparition (et une rapide disparition) d'agences matrimoniales à Alger, se fait maintenant remplacer par ce que les jeunes nomment « la marieuse électronique ».

Cette nouvelle pratique soulève énormément de questions, sans pour autant atteindre la curiosité des sociologues de façon structurée, auxquelles sont proposées des réponses puisant dans les jugements de valeurs et relevant des subjectivités. Notre contribution vise à attirer l'attention sur cette pratique qui peut, à notre sens, témoigner des changements profonds qui touchent l'ensemble des sphères de la vie sociale.

Dans un contexte où le célibat, notamment celui des femmes, devient de plus en plus un fait marquant de la société algérienne ; les sites de rencontre et de mariage connaissent une grande explosion, attirant des personnes de tout âge et de toute condition sociale.

Notre intérêt s'est porté spécifiquement à la catégorie de femmes universitaires, célibataires, dépassant l'âge de 30 ans et ayant une situation professionnelle stable depuis plusieurs années et qui déclarent avoir eu recours aux sites de rencontre dans leur recherche d'un conjoint. Dans le cadre de cette étude nous avons réalisé huit entretiens avec des jeunes femmes d'Alger et de Bejaïa.

En faisant abstraction des prises de positions vis à vis du phénomène, nous posons les questions suivantes : quelles sont les raisons qui poussent ces jeunes femmes à avoir recours à Internet pour trouver un mari ? S'agit-il d'une rupture avec le processus traditionnel du mariage ? Est-ce par effet de mode et d'imitation ?

Le mariage: la destinée tracée des filles

Le mariage étant dans « *la tradition musulmane et dans la législation algérienne, ... le principe de base de la famille et sert ainsi de plate forme à toute l'organisation des rapports entre les individus et la société* » (Z. Ouadah-Bedidi, 2005), fait que toute union entre un homme et une femme aboutissant sur la formation d'un couple ne peut être légitime, donc socialement admise, que par le mariage déclaré et accepté par la fratrie et les familles des deux conjoints.

Le mariage reste une affaire de famille, au sein de laquelle se fait le choix du conjoint et se construisent les stratégies matrimoniales, par la contribution de chacun de ses membres devant assurer le rôle qui leur est socialement et culturellement assignés. Souvent les premiers concernés par le mariage, les futurs époux, se trouvent dans une position d'attente et finiront par subir les

choix élaborés par les membres influant au sein de leurs familles conjointes et s'assurer la bénédiction des parents sans laquelle l'union ne peut être concrétisée.

Aujourd'hui, le mariage se détache de plus en plus du poids des structures anthropologiques traditionnelles, en s'éloignant progressivement de ses assises sociales qui sont l'endogamie, la polygamie, la primo-nuptialité précoce et le mariage arrangé... pour se construire de nouvelles bases en substitution des premières comme ; le relèvement de l'âge moyen au mariage, la baisse de la fécondité, le célibat (notamment celui des femmes), le recul de la polygamie, la nucléarisation de la famille, l'autonomie des jeunes couples, et la hausse progressive des taux de divorce

Hervé Le Bras, dans sa préface de l'ouvrage de Kamel Kateb a écrit : « *Hajnal avait perçu que le grand mystère de la démographie ne se situait pas du côté de la mortalité ni de la fécondité mais du côté du mariage. Là se trouvait le régulateur social par lequel la biologie se connectait aux mœurs, donc par lequel la démographie se rapprochait de l'anthropologie et de la sociologie.* » (K. Kateb, 2001, p7).

De nouvelles formes de sociabilité se dévoilent dans les comportements, les actes, dans les manières de faire, d'agir et de penser qui touchent profondément le système matrimonial dont les modifications apparaissent progressivement sur les comportements matrimoniaux donnant naissance à de nouvelles situations de vie des femmes au sein du tissu familial.

Kamel Kateb conclut son étude sur l'évolution du système matrimonial au Maghreb, sur des questions significatives, relevant aussi bien les transformations quantitatives que les changements qualitatifs touchant les mentalités et annonçant l'émergence de nouveaux traits du caractère social propre aux nouvelles générations ; il s'interroge sur la transition du système matrimonial « *sommes nous face à une transition vers le système occidental (mariage tardif, monogamie, liberté de choix du conjoint, multiple formes d'union, etc.) ou bien émerge-t-il un système particulier à cette région du monde ? Cette dernière éventualité serait une sorte de compromis entre les aspirations à plus de liberté des nouvelles générations, les dispositifs relatifs à l'égalité entre les sexes devant la loi contenus dans les conventions internationales et enfin les pesanteurs sociologiques et le conservatisme religieux de la région.* » (K. Kateb, 2002)

Le corollaire du mariage qu'est le célibat, peut être aussi un indicateur fort des transformations sociales et de l'évolution des mentalités ; non seulement « *Les contraintes liées à la scolarisation et aux difficultés financières des jeunes exercent certes des effets mécaniques,...mais ils ne peuvent agir que s'ils sont accompagnés d'une évolution des comportements et des mentalités. Il y a une rupture avec les comportements traditionnels. Les changements socio-économiques ont amené les gens à réfléchir davantage avant de s'engager dans le mariage. Les jeunes sont plus conscients des responsabilités qu'ils auront à assumer une fois mariés. Cette prise de conscience les pousse à retarder de plus en plus l'âge d'entrée en union.* » (Z. Ouadah-Bedidi).

Le célibat : sanction sociale ou choix personnel

Le sujet du mariage via Internet soulève énormément de réactions adoptant une vision moralisante, qui évoque la déviance aux normes religieuses et culturelles, causée par l'acculturation des jeunes générations et leurs occidentalisation par l'effet des mass médias et notamment de la télévision et l'Internet.

Les jeunes femmes interrogées, dans le cadre de cette étude, déclarent avoir eu recours à ce nouveau médias (Internet) dans leur recherche d'un conjoint, afin de pouvoir entrer dans la norme « être des femmes mariées » ; statut socialement valorisé et valorisant pour les femmes, qui ne peuvent espérer à une meilleure intégration sociale sans accéder à ce statut, quelque soit leur position au sein du système social, tant au niveau familial que professionnel.

Zahia Ouadah- Badidi résume clairement cette situation en rapportant quelques bribes des dialogues quotidiennement changés à ce sujet : « *En demandant des nouvelles d'une fille perdue*

de vue depuis un moment, la première information généralement donnée est son statut vis-à-vis du mariage. « Elle s'est mariée », ou alors « Elle est fiancée et va bientôt se marier », ou encore, « meskina l, elle n'a pas pu se marier jusqu'à présent ». (Z. Ouadah-Bedidi, 2005),

Dans leur recherche des moyens pouvant les conduire à la concrétisation de leur projet matrimonial, les algériennes se retrouvent face au défi de concilier entre tradition et modernité ; à la fois sujet et objet de toutes les transformations traversant la société, ces jeunes femmes qui eu accès aux études universitaires, souvent très prolongées, exerçant une activité professionnelle importante, se retrouvent à la fois victimes de leur statut inné, par le fait d'être femme, ainsi que par leur statut acquis par le fait de leur instruction prolongée et de l'autonomie matérielle et morale.

De plus en plus autour de nous, cette catégorie de femmes vient se loger dans le rang des célibataires, limitant les désagréments d'une aventure de vie familiale sans avenir, étant représentée comme un champ de conflits interminables ou d'effacement consenti de leur propre personne.

Dalila Arezki explique cette situation en signifiant que *« Le vécu culturel de l'Algérien est un conflit de normes antagonistes. L'assimilation aux valeurs étrangères déclenche chez lui un sentiment inconscient de culpabilité : c'est ce que nous appelons un conflit intra-personnel. Mais une ambivalence mal réglée entraîne aussi un conflit interpersonnel dans les rapports avec les autres. Inversement, quand il n'y a pas de conflits intra-personnels au départ, les conflits interpersonnels provoquent à long terme un conflit intra-personnel et, de là, une pathologie est toujours susceptible d'apparaître »* (D. Arezki, 2002).

Le célibat devient alors une solution utile pour ces femmes, en leur permettant de se préserver des pathologies psychologiques et d'éviter de gérer des conflits émanant des grandes différences de mentalités dans la relation de couple autant que dans le réseau familial.

Lahouari Addi observe les mutations de la société algérienne dans la transformation des liens sociaux, qui a produit une crise violente dont les causes sont à rechercher, *« dans les représentations culturelle propres à la société algérienne, marquées par la valorisation de la sphère domestique et la méfiance à l'égard de tout ce qui est extérieur. Le groupe familial est si important aux yeux de ses membres que le système social apparaît comme une juxtaposition de familles que l'Etat n'a pas été capable de doter d'un espace public où l'individu se sente en sécurité. »*. (L. Addi, 1999, p08)

C'est dans cette perspective que la notion de couple reste toujours *« ... difficile à cerner, d'abord parce la polygamie est légale, ensuite parce que, dans la famille élargie, le couple est plus une excroissance qu'une entité, enfin parce que, d'une façon générale, la vie du couple se dilue dans celle du groupe. »* (D. Arezki, 2002).

Il nous apparaît que, dans une large proportion, le célibat des femmes instruites en Algérie, peut vêtir une forme de sanction sociale, suivant ainsi la tendance précédemment observée dans le contexte occidental, comme l'a affirmé François de Singly en: *« le célibat des femmes diplômées provient d'un défaut d'articulation entre le calendrier de la formation de la dot scolaire et le calendrier de présentation sur le marché matrimonial. Les célibataires feraient donc de plus longues études et seraient détentrices de diplômes plus élevés que les femmes mariées. »*, il est important de noter que pour le moment présent, nous ne pouvons pas parler d'une forme de célibat définitif choisi, puisque le célibat apparaît comme un refuge en attente d'un mariage d'affinité valorisant l'épanouissement personnel et professionnel.

De nouveaux modes de rencontre

Si pendant longtemps *« le manque d'espaces propices aux rencontres entre personnes de sexes différents redonne la possibilité au groupe familial d'être actif dans la constitution des couples. Il est sans conteste un facteur allant à l'encontre d'un processus d'émergence de l'individu et de la*

constitution du couple sur la base du libre choix des intéressés. L'explication réside probablement dans le fait que le processus de dissolution du système patriarcal, bien qu'engagé profondément, ne soit probablement pas arrivé au point où l'honneur et la respectabilité des hommes cessent d'être évalués à l'aune de la moralité des sœurs ». (K. Kateb, 2009).

Pourtant l'accès des filles à l'école, puis aux études supérieures et par la suite à la vie professionnelle ont été autant d'opportunités, qui permettent aux jeunes femmes d'intégrer l'espace public : *« Cette présence dans l'espace public multiplie les possibilités de contact entre les deux sexes et ouvre...des possibilités de choix de conjoint s'appuyant sur les aspirations individuelles des concernés et non pas répondant aux aspirations des stratégies matrimoniales des groupes familiaux »* (K. Kateb, 2001, p89).

Ce qui allait contribuer à dynamiser le marché matrimonial et à favoriser la formation des couples sur le principe du libre choix des conjoints et de la valorisation des affinités partagées.

Pourtant l'impression que dégagent les jeunes femmes candidates au mariage est celle de l'inquiétude, de l'incertitude et de la présomption vis-à-vis de leur future vie de couple. Les sites de rencontre deviennent dès lors, une opportunité inespérée pour croire à un choix personnel du futur conjoint en se libérant de toutes les contraintes qu'on peut subir dans les rencontres réelles.

Le bilan des expériences de vie communes de leurs mères, sœurs ou amies les laissent très perplexes par rapport à un éventuel engagement dans une relation de couple. Conscientes de devoir affronter cette pénible situation que de tout le temps faire des concessions, s'effacer toujours afin de dépasser les conflits : *« Il y existe donc chez les jeunes couples une contradiction entre le dit et le non-dit. La prise de position, l'assurance ne sont en général que formelles. Elles sont là pour attester le désir de changement. Mais elles se heurtent à la limite, à la barrière de l'interdit qu'on ne sait franchir sans se sentir endigué, perdu, coupable. Le regard du groupe a encore de l'importance et ne permet pas toujours à l'individu de se libérer ».*

A la question : Comment avez-vous découvert les sites de rencontres sur Internet ? Zahia, 40 ans, cadre financier dans une société multinationale, nous répond le sourire à la bouche : *« La première fois où je suis entrée sur un site c'était pour rire, avec une amie nous étions attirées par la curiosité de voir se qui se dit sur ces sites, parce qu'une collègue de bureau nous avez informées qu'elle avait assistée à une fête de mariage de deux conjoints qui se sont connus par le net. ».*

Pure hasard ou passage programmé sur les sites de rencontre, les témoignages recueillis, font état d'un comportement d'imitation ; une tiers personne initiée qui vient éveiller la curiosité des candidates potentielles aux rencontres sur Internet, puis le processus prend la forme d'un jeu, de divertissement, vue qu'on voit encore mal comment on peut trouver l'âme sœur derrière un écran d'ordinateur, alors qu'on peine à la trouver dans la vie réelle.

En demandant à nos interlocutrices de nous donner leurs premières impressions sur ces sites, nous avons constaté que la comparaison avec les faits de la vie réelle était faite spontanément, et un vas et vient entre les contenus des opinions virtuelles et les expériences vécues se croisaient continuellement dans les réponses ; Khadîdja, belle jeune femme de 38 ans, gérante d'une agence de communication nous répond avec une grande assurance : *« J'ai vue que les histoires étaient diverses, et à chacun son expérience .Au fait les témoignages des rencontres sur le net ne sont pas aussi différents de la vie réelle et les déceptions se comptent beaucoup plus que les satisfactions »* elle enchaîne pour nous donner plus de détails sur sa propre expérience : *« quand j'ai compris qu'il m'était impossible de trouver ma moitié dans mon entourage, je me suis tournée vers Internet, j'ai y trouvée plus de liberté, je suis partout et nul par en même temps ».*

Tout les propos recueillis expriment ce sentiment de liberté à des moments différents des entretiens ; *« je me sens libre de dire tout ce que je veux, de m'exprimer sur toutes les choses qui me passent par la tête, de toute façon je suis invisible »* déclarent mes interlocutrices. Sentiment de liberté, capacité de dépasser les tabous, volonté infinie de s'exprimer sur tout, propos redondants dans les paroles et visible sur la manière euphorique dont on les déclare.

Cette opportunité d'être à la fois présent et invisible, protéger par l'anonymat, et vivant par un pseudonyme choisi, souvent pour annoncer un élément de l'identité de l'utilisateur, procure un sentiment de sécurité, d'aisance qui pousse l'utilisateur à s'investir dans des relations amicales ou amoureuse et de cultiver l'espoir de voir l'aventure virtuelle se concrétiser dans la vie réelle. Wahiba, 32 ans, enseignante universitaire résume bien cette situation dans ses propos : « Après une longue réflexion je me suis dite, puisque pour le moment je nourri toujours l'espoir de tomber sur la perle rare, je peux tenter ma chance, d'autant plus que je peux être comme je veux et je n'est pas besoin de toujours regarder autour de moi pour justifier ce que je fais ni ce que je dis ».

En fait la sécurité de l'invisibilité et de l'anonymat agissent dans un double sens ; d'une part parce que « Les réseaux promettent de satisfaire des aspirations primordiales à l'amitié, à l'amour, à la reconnaissance. En même temps, ils s'engagent à ne pas enfermer les individus dans des relations établies. Au sein de ces petits mondes branchés les rôles semblent toujours reconfigurables d'un simple clic de souris. » (A. A. Casilli, 2010), ce qui instaure une distanciation effective par rapport à l'autre : « je suis entrée dans ce jeu n'ont pas pour réellement nouer des relations mais par curiosité, je n'y croyais pas vraiment ? » (Rires) nous dit Khadija. Et d'autre part elle constitue un refuge contre les regards des autres, des apparitions répétées en compagnie d'un homme dans des espaces publics attirent très vite la curiosité de l'entourage et le code de l'honneur familial se met rapidement en marche : « je me suis rendu compte que j'avais entre les mains une chance de trouver un mari comme je le voulais, sans soulever les « on dit » et sans que les autres interviennent ».

Les autres, ceux qui vous regardent, vous guettent, ceux qui jugent vos comportements, et se donne le droit de vous dicter vos actes, ce sont ceux qui ne ratent pas une occasion pour vous rappeler qu'il est temps de vous « caser avant que le train ne passe ». Telles sont les préoccupations de toutes les jeunes femmes en âge de se marier, il faut donc se tenir à l'abri des regards et d'avoir un comportement irréprochable.

Mais qui sont ces autres ? : « Ma mère, ma famille, tout le monde » poursuit Khadija, ceux que j'observe autour de moi, mal dans leur peau, et continuent à vouloir imposer leur monde idéal »

N'est-ce pas un jugement trop fort ?

« Bien sûr que non, je les regarde vivre sans se regarder, c'est pour cela qu'ils peuvent s'occuper de ce que autres font »

Projet de mariage et projet de vie

De l'ensemble des entretiens effectués se dégage une tendance à la jonction entre le projet de mariage, comme première étape du grand projet matrimonial, et le projet de vie, comme parcours global qui se structure autour d'un double épanouissement personnel et professionnel. Les témoignages attestent d'une volonté de rupture avec les formes de parcours de vie traditionnels et de la recherche d'un plein épanouissement individuel dans la relation de couple et de la stabilité dans les liens familiaux. Tour à tour nous avons laissé parler nos interlocutrices sans intervenir afin de déceler leurs profondes motivations :

Zahia déclare sereinement : « Je n'avais pas du tout l'intention de faire la brebis galeuse et aller faire ma vie sans l'accord de ma famille, mais je suis arrivée à une période de ma vie où je voulais choisir l'homme avec qui je partagerais ma vie, et non pas me caser et vivre pour lui et les enfants en regardant mes propres ambitions s'évaporer ».

Elle poursuit : « je pense que tout ce temps que je passe à discuter avec mon ami sur le net, c'est un temps très précieux pour nous connaître mutuellement, je peux tout lui dire sans craintes, de toutes les façons nous utilisons que des pseudonymes, parfois même je raconte des bêtises juste pour mesurer ces réactions et tester le degré de sa sincérité »

Fatima répond à la question : quel est alors votre véritable objectif ?

« Profondément connaître la personne en question sans même la rencontrée. Dans la vie réelle, le fait de rencontrer un prétendant pour le mariage met déjà en marche toutes les pressions de l'entourage, je ne suis jamais parvenu à dépasser pleins d'obstacles, mais sur le net je commence à connaître de plus en plus mon ami sans le voir, ce qui me donne un sentiment de bien-être ». ..
« Nous nous échangeons pleins de choses que nous partageons ; chansons, photos, articles de journaux, nos réactions sur les événements,...toutes ces choses qui dévoilent la vraie nature d'une personne ».

Mais à quel point pensez-vous être sûre que tout cela est vrai ?

« Je suis confiante, l'important pour moi c'est que je suis sincère. Si non c'est une expérience, je ne vais en mourir ».

Conclusion

La première déduction que nous pouvons faire, de cette première étude d'initiation au champ des liaisons numériques au sein de la société, est que le recours aux sites de rencontre pour concrétiser un projet de mariage ne s'opère pas dans l'objectif d'assurer une fonction de substitution des rencontres réelles, mais qu'il vient se juxtaposer sur elle afin de répondre à des motivations personnelles valorisant le libre choix du conjoint et recherchant une union d'affinités, afin de rompre avec les logiques traditionnelles des intérêts familiaux partagés.

Si cette innovation dans la relation de couple apparaît comme l'élément central de tout projet de mariage, il ne prétend certainement pas sortir entièrement du cadre habituel du processus de concrétisation du projet de mariage, bien au contraire, à partir du moment où l'exigence individuelle du choix personnel du conjoint est satisfaite, les stratégies traditionnelles de la concrétisation du projet de mariage retrouvent leurs fonctions immédiatement.

Cette réflexion nous ne permet pas de tirer des conclusions convaincantes, mais il nous semble que des nouveaux modes de rencontre commencent à apparaître et à s'introduire au cœur de l'organisation de l'institution du mariage, pour témoigner des transformations des mentalités des jeunes générations et du devenir du caractère social partagé.

Bibliographie

ADDI L., 1999, *Les mutations de la société algérienne, famille et lien social dans l'Algérie contemporaine*, Ed, la découverte, Paris, 240 p.

AREZKI D., 2002/2, « Le couple en Algérie, Le facteur temps et le phénomène d'acculturation », *Dialogue*, no 156, pp. 104-110. DOI : 10.3917/dia.156.0104. Consulté en décembre 2011 <http://www.cairn.info/revue-dialogue-2002-2-page-104.htm>.

BOUTEFNOUCHET M., 1980, *La Famille Algérienne, évolution et caractéristiques récentes*, SNED Alger, 2eme Ed, 316 p.

KATEB K., 2001, *La fin du mariage traditionnel en Algérie ? 1876 – 1998, une exigence d'égalité des sexes*, Ed Bouchène, France, 2001. 134 p.

KATEB K., 2008, « Évolutions du système matrimonial au Maghreb: convergence vers le modèle occidental ou construction d'un modèle intermédiaire ? » *Marrakech 2009, XXVIe congrès international de démographie*, Version numérique, consulté le 23 12 2011.

LARDELLIER P., « Rencontre sur Internet : l'amour en révolution » Version numérique, consulté le 10 12 2011.

LEJEALLE C, « La construction et la gestion de l'identité numérique dans la rencontre amoureuse en ligne », Version numérique, consulté en janvier 2012.

OUADAH-BEDIDI Z., 2005, « Avoir 30 ans et être encore célibataire : une catégorie émergente en Algérie », *Autrepart*, Numéro 14, pp. 29-50

Construction médiatico-identitaire autour de l'élément culturel du « Ngondo » au Cameroun

Louis Roger Kemayou <lrkemayou@gmail.com>
Département de communication, Université de Douala

Joseph Pascal Mbaha <jpmbaha@gmail.com>
Département de géographie, Université de Douala

Cette communication pose le problème de la construction médiatico-identitaire du « Ngondo » – expression socioculturelle, rituel symbolique du rapport au Cosmos et à l'espace géographique des Duala – perçue par certains comme une tentative de repli identitaire, alors que le pays est engagé dans une optique républicaine unitaire. En formulant l'hypothèse-problématique suivante : les usages médiatiques ayant pour focales, l'autochtonie et la minorité, mettent en péril le relationnel et la convivialité caractéristiques du vivre-ensemble. Mettant en perspective de tels usages et pratiques, nous avons identifié les ressorts d'une vision identitaire passant sous silence les dialectiques internes, les tensions idéologiques et culturelles qui agitent les vécus et pratiques sociales d'un « peuple ».

Le concept d'identité que nous entendrons ici comme : « *un construit par lequel un individu ou un groupe se détermine, en déterminant les autres, consiste soit en une attribution – l'identité pour autrui –, soit en un sentiment d'appartenance – l'identité pour soi –* » (L-R. Kemayou, 2005, 91). Entendu que l'identité dépend autant des jugements d'autrui que de ses propres orientations et définitions de soi. Ce concept charrie une multiplicité de sens notamment dans les sciences sociales, où il se confond avec ceux de culture, héritage, tradition, mémoire, patrimoine. Distinguant dans le sillage de R. Brubaker, le double sens de l'identité entre sa version « dure » et « faible », essentialistes et constructivistes s'opposent. Les premiers – acteurs politiques et certains scientifiques thuriféraires portés généralement par les aspirations régionalistes sur fond de lutte pour le pouvoir –, en auraient une acception de sens commun, contrairement aux postures des seconds – scientifiques plus critiques et rigoureux – (M. Avanza et G.Laferté, 2005, 134). Notre propos consiste à rappeler que les actions humaines – qu'elles émanent des institutions étatiques ou non –, sont généralement mues par les pressions sociales sur les individus qui peuvent les incorporer et/ou les manifester. Ces pressions qui peuvent être économiques ou même politiques, notamment de la part de groupes aux intérêts par eux seuls connus. La plupart du temps, recours est fait par ces groupes à la propagande ; ils manipulent alors symboles, stéréotypes, clichés affectifs, modèles culturels, étalons du groupe, etc., en vue de formes d'interactions sociales, systèmes de signification, de représentations collectives, et donc d'identification. Au Cameroun, des dispositifs juridiques – favorables à l'« autochtonie » et aux « minorités » – secrétés par l'État, ont contribué à exacerber une tendance de la part de quelques acteurs politiques locaux, à publiciser des images et discours de nature à exercer une influence sur des publics très peu avertis de leurs ambitions. Se pose alors le problème du sens à donner à ce qui pourrait apparaître comme n'étant ni plus ni moins qu'une tentative de repli identitaire, alors que le pays est engagé dans une problématique citoyenne-républicaine et unitaire.

Les « Sawa » : dynamique d'une construction identitaire

« Le mot Sawa signifie rive, côte, plage, bord d'une vaste étendue d'eau. Ensuite, le mot a désigné et désigne toujours, pour certains, l'espace d'échanges commerciaux, le marché, sans doute parce que la plage, le bord de l'eau était chez les peuples côtiers le lieu par excellence des transactions commerciales et des festivités de tout genre. Enfin, s'appliquant à l'homme dans l'expression Moto'a sawa : l'homme de la côte, ce mot qualifie non seulement, l'habitant du bord de l'eau, mais également celui des plaines ou des montagnes ayant ou non le même arbre

généalogique que le riverain du fleuve Wouri, mais partageant avec lui un nombre considérable de traits culturels,... ». (É. Mbonji, 2006, 173). Voilà qui dans la réalité, subsume de la complexité des frontières de l'entité Sawa, au triple plan spatial, territorial et social.

La question socio-spatiale et territoriale

À en croire É. Mbonji (*op. cit.*, 175), le mot Sawa va connaître une autre dénotation au début des années soixante avec Éboa Lotin, le chansonnier Duala dans un de ses titres '*Mbemb'a moto'a sawa*'. Il prédisait la déchéance du Côtier due non seulement, à son *way of life (loko)*, lequel confond en langue locale, *loko* et *sawa*, signifiant une vie de bohème, mais aussi en raison des dérives suivantes : propension à vendre le terrain, manque de vivacité et d'éveil, délation, sorcellerie, jalousie tendant à niveler tout le monde en décourageant l'esprit d'initiative et l'épanouissement personnel, etc. Une controverse travaille depuis quelques années les champs politique et heuristique camerounais, s'agissant dans un même espace géographique et territorial, de l'antériorité revendiquée par les Bakoko, et surtout par les Duala dont la ville portuaire et capitale économique du pays porte l'ethnonyme, et qui seront à l'initiative de la revendication identitaire Sawa.

L'« espace et le(s) territoire(s) », quand ils font l'objet d'une organisation et d'une appropriation par les populations locales est de fait, une symbolique majeure de l'identité locale. L'espace et les territoires '*Sawa*', couvriraient de nos jours une zone au-delà des limites socio-spatiales et territoriales antérieures – exception faite des Batanga, Yassa et Mabéa dans le département de l'Océan, les Bakwéri dans le département du Fako qui relèvent respectivement au plan administratif des régions du Sud et du Sud-ouest – (J. P. Mbaha, 2006, 218). Cette préoccupation « identitaire locale » s'il en est, en tant que construction sociale de l'espace, interpelle le contexte socioéconomique et politique dans lequel est forgée la conscience d'identité. De ce contexte dépendent, les postures théoriques, la démarche et les usages qui n'ont d'autres buts, que les enjeux de pouvoir dans la définition de la situation, le contrôle des frontières et des groupes sociaux, pour reprendre l'expression de P. Bourdieu. Est-ce à cette fin que les Duala vont adopter une dynamique d'intégration-valorisation les conduisant à rassembler large, sous l'appellation Sawa ou peuple de l'eau, tous ceux ayant en partage, le littoral camerounais ?

Le territoire local constituant une réponse à une recherche d'identité et à un besoin de repères, la portée des revendications territoriales des Sawa sous le rapport de référents culturels communs cache mal une ambition hégémonique, suite à une prise de conscience due à la nostalgie dirions-nous, du '*paradis perdu*'. On le voit, la question socio-spatiale et territoriale, à travers les limites administratives revues et corrigées, passe pour être un marqueur identitaire, dès lors qu'elle permet de distinguer territoires et communautés et dans le cas d'espèce, à nourrir le sentiment d'appartenance des Sawa, à une région du Littoral qu'ils auraient exclusivement en partage, et dont ils ne devraient pas être peu fiers. De là, une kyrielle d'arsenaux pour ne pas dire d'artifices supposés être autant de ressorts de l'identité '*retrouvée*'.

Les ressorts d'une revendication identitaire Sawa

L'identité des '*Sawa*', comme nous l'avons indiqué plus haut, procédant ainsi d'une construction requérait la mobilisation de la diversité supposée la constituer. D'où, la mise en scène par les Duala, d'une '*communauté*' en mal de reconnaissance et/ou de visibilité sur ses '*terres*'. Ces quelques lignes de Austen et Derrick permettent à tout le moins d'en juger :

« [...] *L'ethnicité et la conscience historique de ce groupe Duala et apparentés connaissent un développement lorsqu'ils perdent leur position hégémonique comme intermédiaires et deviennent minoritaires dans leur propre région. L'irruption récente de ce sentiment d'appartenance commune parmi les Sawa interviendrait tout d'abord dans un contexte de marginalisation, chacune des composantes (les Bassa de la Sanaga-Maritime, les Duala, les Pongo, Abo, Mungo, Wuri, Bodiman, les Bakwéri, etc.) ayant l'impression d'être submergée dans son aire d'occupation. Elle s'apparente à un retour en force des 'autochtones', à une volonté de reconquête par les populations côtières d'une identité et d'une hégémonie 'perdue'* » (J. P. Mbaha, *op. cit.*, p. 215).

Le droit de tout peuple à l'existence est certes inaliénable, et son patrimoine qu'il soit naturel ou culturel mérite d'être sauvegardé. Les artifices juridiques et institutionnels relatifs à l'« autochtonie » à la « minorité » et/ou au "Ngondo" – aux présupposés idéologiques à la base des revendications identitaires, comme élément fédérateur de l'invention identitaire, ne masquent-ils pas les motivations des acteurs de l'ingénierie identitaire ? Au Cameroun en effet, sous le prétexte du développement harmonieux de toutes les régions du pays (entendu ici comme un regroupement ethnique), les politiques depuis l'indépendance renforcent une opposition entre Camerounais au nom d'une politique tribale à peine contenue. Aussi entend-on ces derniers engager des débats autour de l'autochtonie, au point d'alimenter la controverse dans une même région, exacerbant la formule selon laquelle, il y aurait autochtones et autochtones, et d'autres Camerounais perçus comme étant des allogènes.

Le « Ngondo » comme élément de la mise en scène médiatique d'une « identité »

Signifiant littéralement en langue Duala, le cordon ombilical reliant encore le nouveau-né à sa mère, après la délivrance, le "Ngondo" pourtant à l'origine est l'appellation d'une assemblée délibérative au pouvoir juridique et judiciaire conjuguant mystique et cruauté, avant de se muer en expression socioculturelle, symbolique du rapport au Cosmos et à l'espace géographique des Duala (J. P. Mbaha, *op. cit.*, p. 150). L'identité Sawa organisée autour du Ngondo, loin d'être une donnée objective, est ainsi un construit social.

Entrepreneuriat identitaire et réification patrimoniale du "Ngondo" par les Duala

Ce serait dans les années 1990 marquant le retour au multipartisme au Cameroun, que pour des motifs sociopolitiques et conscients de leur minorité sociologique, les Duala, vont revendiquer au moyen d'une pléthore d'associations, leur légitimité foncière, et de représentation au plan politique (voir É. Mbonji, *op. cit.*, p. 176). La dimension médiatique de cette construction s'appuie sur un élément de culture, le "Ngondo" instrumentalisé et mis en scène ici, par et pour le peuple "Sawa". Ce référent culturel ici évoqué et préféré à d'autres tels, l'espace, le territoire, n'est pas sans lien avec une vision hégémonique d'un continuum historique marqué des sceaux de l'authenticité de la culture, d'une autochtonie plus ancienne, et par conséquent, de légitimités sur les ressources régionales. Ce à quoi s'attèlent les entrepreneurs identitaires. Manifestation socioculturelle emblématique par sa vitalité et son caractère festif et s'enrichissant année après année, l'événement aura adopté des postures moins folkloriques et de portées plus intellectuelles avec des conférences-débats, défilés de modes, ateliers de musique, soirées gastronomiques, afin de promouvoir la socioculture. Le "Ngondo" est désormais l'occasion de se rappeler *urbi et orbi*, au souvenir des "autochtones Sawa" et autres allochtones Camerounais relativement à l'existant et à l'unité culturelle d'un peuple : les Sawa. Dès lors, son caractère fédérateur des "Sawa" ne saurait être contesté depuis un peu plus d'une décennie déjà.

« [...] L'identité ne se fige jamais autour de caractères et des valeurs échappant complètement aux enjeux sociaux du moment. Elle traduit les conséquences, vécues par les individus, d'une expérience et de problèmes communs [...] Loin de former des traditions immuables, les identités et les cultures dans lesquelles elles s'impriment, apparaissent plutôt comme des bricolages sociaux en constant remaniement » (G. Di Méo, 2004.)

Nous en tenant à ces propos, nous voyons bien comment dans la mise en scène médiatique, à travers les mutations intervenues dans les manifestations du "Ngondo", ont été successivement recomposées les identités locales et comment elles se sont déplacées sur des objets "nouveaux" : sports, musiques, danses, chorégraphies, gastronomies, arts plastiques, etc., aux enjeux identitaires évidents. Sont alors valorisées, les images des fils et filles du terroir dont les renommées au plan national et surtout international, mises à profit dans la médiatisation du "Ngondo", participent non seulement du rayonnement culturel, mais aussi à susciter adhésion et fierté d'appartenir à un tel groupe si référencé.

Du repli identitaire à la valorisation patrimoniale

Jadis partagé par les Abo, Pongo, Bakoko, Balong, Bodiman, Wuri et Yabassi, l'espace géographique du pays des Duala a accueilli des vagues successives de migrants dont, parmi les plus importants, un groupe prolifique constitué des populations en provenance des Hautes Terres de l'Ouest. Ces dernières perçues comme une menace de l'intégrité ethnique et territoriale, seraient à la base de ce qu'il est convenu de considérer comme une prise de conscience marquant un réveil, mieux, une renaissance identitaire sur fond de problématiques de (re)territorialisation, de rétrocession patrimoniale, etc., face auxquelles se dresse une forme d' « autochtonie acquise », jalouse de "ses" propriétés foncières.

En effet, quand un peuple par des pratiques socioéconomiques peu amènes au plan anthropologique, et peu respectueuses de son patrimoine matériel et immatériel, en vient à "perdre" pour une raison ou une autre, tout ou partie de ce patrimoine, sa (re)conquête identitaire bien que légitime, est pour le moins problématique. Au plan géographique stricto sensu, espace et territoires Sawa sont passés propriétés pour une part très significative, d'allochtones d'origine Bamiléké. Sociologiquement repérables, ces derniers, suite à ce qu'il est convenu d'appeler leur activisme affairiste sont moqués d'acheter les terres ancestrales, voire les tombes et autres cimetières. Et ce, au mépris des traditions d'un peuple ayant eu la "naïveté" d'être hospitalier.

De là, le visage méconnaissable au plan identitaire de l'espace et des territoires revendiqués, en raison de leur caractère multiethnique et/ou multiculturel. Nul doute que cet état de fait ait été entre autres, à l'origine de la prise de conscience de la nécessité d'une (re)construction identitaire cette fois, sous le rapport de la dynamique Sawa et le fait culturel du Ngondo, comme concepts fédérateurs. Encore convenait-il de légitimer cet idéal, par le recours à sa médiatisation tous azimuts.

Médiatisation du « Ngondo »/ légitimation d'une ambition identitaire

« [...] Il s'agit de promouvoir et d'encourager l'unité des Sawa, pour se conformer à l'air du temps et aux exigences d'une solidarité, indispensable pour redonner à l'homme Sawa la volonté et les moyens de s'engager efficacement dans un combat ayant pour cadre politique la démocratie ». Propos d'un patriarche Duala. Le Ngondo comme ressource culturelle et donc patrimoniale, procède bien de la logique à l'œuvre dans le processus de construction identitaire des Duala et de la société Sawa. Les mises en scène médiatiques référeront à la vision du monde sous-tendues par l'idéologie des acteurs aux présupposés fort évocateurs, de cette sélection patrimoniale.

Stratégies d'acteurs, représentations socio-territoriales et péril relationnel

« [...] Les choix de la forme et du type des écrits, sons et images, télétransmissions, innovations techniques médiatiques apparaissent tellement "en-jeu" dans le développement de la société que leurs effets communicationnels deviennent incontournables dans l'explication des conditions dans lesquelles les hommes nouent et dénouent leurs actions » (J. M. Saillant, 1996, 13). Les médias sont utilisés par les acteurs sociaux « pour atteindre des buts variés : exercer un pouvoir, manipuler autrui, etc., et il arrive que dans certains domaines, les discours médiatiques s'imposent si fortement qu'on les confond avec nos manières "naturelles" de considérer notre réalité, voire, avec les traitements habituels réservés à l'expérience de notre monde commun » (J. P. Esquenazi, 2002, 12).

Des stratégies spatio-territoriales et autres stratégies d'acteurs sur fond de clientélisme identitaire sous-tendue par la volonté manifeste notamment de la part de l'élite politique et intellectuelle, de pousser à l'adhésion, des groupes ethniques n'ayant initialement aucun lien avec les Sawa. Dans cette optique ont été construits, des discours valorisants autant que lénifiants de l'authenticité socio-spatiale et territoriale, qui participent de la construction médiatique de l'identité. « [...] Si l'on considère le fonctionnement d'une communication, le média en tant que support matériel de

l'information, se conçoit comme le facteur de l'établissement des relations entre émetteurs et récepteurs, comme l'intermédiaire et le moyen de l'expression, et apparaît ainsi comme un élément du tout communicationnel – pour qui, le comportement est communication et engage deux niveaux dans le message s'analysant aux plans du contenu et de la relation – » (J. M. Saillant, *op. cit.*, 38). Sous ce rapport, il appert d'une part, qu'a été mis en branle sur fond d'incantation, l'ingénierie identitaire qui par une célébration du même par le même au détriment de l'altérité fondatrice de la diversité, a consacré un âge d'or des "Sawa". D'autre part, l'ethnonyme renvoie désormais à un espace géographique et sociologique beaucoup plus important, faisant fi de la communauté linguistique. Cette nouvelle identité à forte connotation politique s'est construite d'un côté, autour des valeurs de reconnaissance et de défense des intérêts communs des Sawa et de l'autre côté, à travers la transformation politique de leur limite administrative en délimitation ethnique, dans la même unité administrative : la région du Littoral.

Les usages médiatiques ayant pour points focaux, les thèmes de l'autochtonie et de la minorité sont mis alors à contribution pour la bonne cause : intellectuels, hommes politiques du "terroir" qui, pour promouvoir la socioculture, qui, pour brandir la menace de disparition si rien n'est fait, investissent l'espace public (ouvrages, presse écrite, radio, télévision sont sollicités). La vision identitaire passe sous silence les dialectiques internes, les tensions idéologiques et culturelles qui agitent les vécus et pratiques sociales d'un "peuple", comme en témoignent les "tensions" intervenant entre territoires, communautés et autres collectivités qui, soit revendiquent de manière exclusive leur identité, soit contestent celle qui leur est attribuée, notamment à la faveur d'exploits d'un des leurs s'étant particulièrement distingué au plan national ou mondial. Sous ce rapport, on peut redouter que la question de l'identité alimente des velléités de replis identitaires dommageables à la construction d'une autre identité, nationale, celle-là.

Ré-enchantement ou désenchantement de « l'invention identitaire »

Il s'en trouve pour admettre que le tracé des frontières des Sawa irait de Bakassi – la limite méridionale avec le Nigeria – à Yassa – limite septentrionale avec la Guinée Équatoriale. Pour d'autres, les Bangangté, en pays Bamiléké dans l'Ouest du Cameroun seraient Sawa ! La diversité adhère-t-elle à l'entreprise de singularisation sélective avec la même motivation à l'égard des objectifs assignés ? Il est permis d'en douter, en regard du hiatus entre les représentations identitaires de cette diversité relativement aux identités attribuées sous le mode incantatoire et les attitudes ou comportements de tous les acteurs sociaux. Entendu qu'il est quasiment impossible que tous aient le même niveau de formation et d'information, les retombées (politique, économique, communautaire), qu'elles soient à l'endroit des diverses factions du groupe ou de portée simplement individuelles, ne peuvent être que variées et par conséquent discriminantes, avec des risques sinon de conflits, du moins d'implosion. En témoignent les postures adoptées par les Bakwéri dont nombreux se reconnaissent avant tout comme anglophones et sont prompts à revêtir cette identité dans des manifestations concernant ce qu'on appelle ici, la minorité anglophone. Occasionnellement, dans les questions domestiques s'agissant en particulier du foncier ou de débats de politique locale, la fibre identitaire Sawa se rappelle à leur souvenir, comme pour remettre au goût du jour, ce qui aura été le nœud gordien de l'ingénierie identitaire.

L'identification d'un peuple à un territoire n'a d'intérêt que si celui-ci revendique pour ce dernier, des atouts attractifs dus à la valorisation socio-spatiale montrant idéalement ce peuple et se distinguant par des caractéristiques qui justifient une image positive de cette identification/affirmation identitaire. Sous ce rapport, les synergies dans le processus de construction espace-identité-territoire Sawa, dont les effets au plan patrimonial adossées qu'elles seraient à ces échelles (spatiale, identitaire et territoriale), s'observeraient par des réalisations concrètes. Force est de constater qu'à vouloir satisfaire l'ambition du nombre (à des fins politiques), et faute de pouvoir revendiquer des constructions architecturales originales dues à leur génie créateur, les Sawa font valoir en particulier leur richesse naturelle et culturelle plutôt que des monuments à valoriser comme vestiges d'un passé glorieux, dans un pays comme le Cameroun. (cf. É. Mbonji, *op. cit.*, p. 178). Nous ne sous-entendons pas ici que le patrimoine qu'il soit culturel, historique ou ethnologique, soit sans importance.

À vouloir ratisser large et revendiquer pour soi, plus du million d'habitants, la construction identitaire par médias interposés est une menace individuelle et/ou collective dans les rapports humains et sociaux, au sens de D. Wolton (2007, p. 10). Ayant écarté de l'espace-territoire ceux qui l'ont antérieurement occupés – même si le grand ensemble Sawa les y intègre de nos jours –, la posture Sawa rend impersonnelle l'identité revendiquée et de fait, celle-ci perd sa valeur en tant que production patrimoniale référée à un peuple singulier. En effet, les héritiers originels de l'espace-territoire extraits de leur fief originel et dépossédés de leur histoire, l'objet patrimonial "Ngondo", devient hypothétique pour une communauté plus largement partagée, surtout quand il s'agit de patrimoine immatériel. Ainsi englobant, la problématique Sawa participe de cette menace aux plans de l'équilibre social et de la citoyenneté. D'abord, parce que l'« identité » Sawa se conçoit suivant une image construite à partir de l'élargissement du "nous" en faisant reculer la frontière des "autres" (se rétrécissant néanmoins à la faveur d'enjeux spécifiques). Aussi, ceci constitue en soi, une entrave à la liberté individuelle chère au citoyen. Ce dernier par définition construit son rapport aux autres indépendamment d'un territoire précis, sans le conditionner à des agencements artificiels (L. R. Kemayou, *op. cit.*, p. 86).

Bibliographie

- DI MÉO G., 2004, « Composantes spatiales, formes et processus géographiques des identités », in *Annales de Géographie*, n° 638-639.
- ESQUENAZI J. P., 2003, *Sociologie des publics*, Paris, La Découverte.
- KEMAYOU L.R., 2005, « Construction identitaire en Afrique : communication stratégique et changement de comportement citoyen », in *Actes du Colloque : 1945-2005 ; 60 ans de communication pour le développement : politiques, approches, acteurs, stratégies, pratiques. Bilan et perspectives*, Douala, 26-30 avril, pp. 83-89.
- MBAHA J. P., 2006, *Mutations socioéconomiques et recompositions territoriales dans un espace géographique à l'ombre de Douala : Le bas Mungo/Bas Wouri (Cameroun)*, thèse de Doctorat nouveau régime, Bordeaux 3.
- MBONJI É., 2006, « La socioculture Sawa : une littoralité en "un multiple" », in *Construction identitaire en Afrique*, David Simo (dir.), Yaoundé, Éd. Clé, pp. 173-193.
- SAILLANT J. M., 1996, *La Dimension Médiatique*, Paris, Ellipses, 280 p.
- WOLTON D., 2003, *L'Autre Mondialisation*, Paris, Flammarion, 211 p.
- WOLTON D., 2007, *Sauver la communication*, Paris, Champs, 224 p.

Des écrans à la rue : l'émergence de communautés sociolinguistiques virtuelles pendant la révolution tunisienne

Foued Laroussi <foued.laroussi@univ-rouen.fr>

DySoLa – Université de Rouen

Fabien Lienard <fabien.lienard@univ-lehavre.fr>

DySoLa – Université de Rouen

UMR IDEES / CIRTAI – Université Le Havre

Le peuple tunisien a mené sa révolution et a gagné sa liberté dans la rue... à l'aide des Technologies de l'Information et de la Communication (désormais TIC). Leur rôle a été majeur, favorisant l'action et même la réaction lorsque cela était nécessaire. Jamais dans l'histoire un peuple ne s'était retrouvé connecté simultanément, où qu'il se trouve en Tunisie ou dans le monde, pour s'informer et communiquer. Jamais tant de citoyens ne s'étaient retrouvés sur les écrans pour convaincre, discuter, dénoncer ou s'extasier d'une liberté de paroles et de pensées enfin retrouvée. Jamais une communauté sociolinguistique virtuelle ne s'était construite aussi vite et n'avait autant pesé sur le destin de son pays. Cet article se propose de définir de nouveau les communautés « sociolinguistiques virtuelles », parce qu'elles peuvent aider à comprendre l'efficacité du processus révolutionnaire engagé par le peuple tunisien.

Introduction

Si beaucoup d'observateurs extérieurs ont avancé que la révolution de janvier 2011 en Tunisie était une révolution numérique, nous n'oublions pas qu'elle s'est faite d'abord dans la rue et qu'elle s'est structurée progressivement à la suite d'un certain nombre d'événements forts. Autrement dit, si les ordinateurs, les téléphones portables ou les télévisions satellitaires ont été de formidables outils de communication et d'information, les hommes et les femmes qui les utilisaient étaient prêts à donner leur vie pour atteindre leur but : la liberté. Les TIC ont en partie remplacé les fusils mais, encore une fois, la révolution tunisienne n'est pas une révolution numérique. Elle a reposé fortement sur toutes les TIC disponibles dans le pays si bien que l'information, les informations vitales pour rallier la population, pour convaincre les Tunisiens, où qu'ils se trouvaient dans le monde, ont été élaborées par les citoyens eux-mêmes. Ils ont, malgré eux, endossé le rôle des journalistes qui ne pouvaient couvrir tous les événements des journées révolutionnaires qui se succédaient (ou qui étaient potentiellement interdits ou absents). Ainsi, les Tunisiens ont filmé les manifestations à l'aide des TIC, ont diffusé ces données enregistrées en quasi-direct sur les blogs ou sur les réseaux sociaux auxquels était connecté le monde, et notamment le monde journalistique. Ce dernier diffusait à son tour en boucle les films de plus ou moins bonne qualité sans que cela ait vraiment d'importance (comme pour rappeler que le citoyen ne peut être qu'un témoin, pas un journaliste). Les images ont joué un rôle fondamental dans la diffusion de l'information et dans les stratégies communicationnelles qui se développaient, mais il convient de ne pas oublier le rôle joué par les discours, les textes, les slogans : l'écriture.

Force est de constater en effet que l'écriture occupe une place privilégiée dans les pratiques langagières médiées (médiatisées, médiatées) par les TIC. Elle est un outil puissant qui permet de dire les choses, le monde et de construire les communautés. La communauté virtuelle révolutionnaire tunisienne s'est structurée à partir des blogs des cyber-activistes, mais aussi à partir des pages Facebook, de nombreux tweets ou encore des SMS incessants, donnant les informations chaudes lorsque la rue était gorgée de citoyens. C'est grâce à ces pratiques langagières que la communauté virtuelle tunisienne s'est élargie au-delà des cyber-militants et de la diaspora. Afin d'éclairer ce processus, nous reviendrons sur la difficulté inhérente à la qualification, à la définition d'une communauté virtuelle. Nous verrons ainsi que les pratiques langagières (et donc scripturales) couplées aux profils sociologiques des scripteurs jouent un rôle

majeur dans la structuration et la construction des communautés virtuelles, si bien que nous parlerons de « communautés sociolinguistiques virtuelles ». L'approche sociolinguistique interactionnelle sera essentielle mais articulée à une démarche relevant des Sciences de l'Information et de la Communication (désormais SIC), démarche qui nous semble par ailleurs complémentaire. Pour ce faire, nous allons nous appuyer sur une courte analyse de corpus, ce qui constituera la seconde partie de ce texte.

Des interactions langagières pour construire Des communautés virtuelles

Nous l'avons dit, il n'est pas simple de qualifier les communautés virtuelles. Le débat n'est pas nouveau en SIC. Si P. Flichy (2001) apporte des éclairages précieux, S. Proulx précise pour sa part qu'elles désignent

le lien d'appartenance qui se constitue parmi les membres d'un collectif d'utilisateurs, d'un forum, d'un chat, d'une liste de discussion, etc., ces participants partageant des goûts, des valeurs, des intérêts ou des objectifs communs (Proulx, 2004 : 28)

Cette proposition de définition est en soi intéressante, mais elle n'est pas pour autant plus explicite que celle de H. Rheingold qui avançait déjà que

Les communautés virtuelles sont des regroupements socioculturels qui émergent du réseau lorsqu'un nombre suffisant d'individus participent à ces discussions publiques pendant assez de temps en y mettant suffisamment de cœur pour que des réseaux de relations humaines se tissent au sein du cyberspace (Rheingold, 1993 : 413)¹

Ainsi, il apparaît qu'un élément définitoire pertinent réside dans le thème qui conduit des individus à se regrouper, c'est-à-dire dans l'intérêt qui doit concerner tous les membres de la communauté en question. Les communautés virtuelles se définiraient alors comme des entités sociales dont les membres partagent des intérêts communs les engageant dans une démarche de coopération et d'échanges d'information. Toutefois, il semble nécessaire d'étendre le raisonnement à la notion de communauté linguistique, voire de communauté sociolinguistique virtuelle.

Communauté linguistique, communauté sociolinguistique virtuelle

La définition de la communauté linguistique comme l'ensemble des membres parlant la même langue est très répandue. Il n'est pas difficile pourtant d'en souligner les limites : le terme « langue » pose déjà un problème. Généralement, il y a langue commune parce qu'il y a eu, auparavant, une communauté socio-culturelle et une formation économique-sociale. Un tel constat, que nous pourrions étayer par de nombreux exemples (allemand du nord et néerlandais, urdu et hindi, serbe et croate, etc.), a conduit J. Gumperz à avancer que la communauté linguistique est en réalité une communauté sociolinguistique. Elle se définit par *l'ensemble complexe des variantes dialectales et superposées utilisées régulièrement dans une communauté, et qui constitue son répertoire verbal* (Gumperz, 1970 : 132) Cette manière de présenter les problèmes est pertinente à condition de pousser la réflexion jusqu'au bout. Il n'y a pas, en effet, seulement juxtaposition géographique de communautés mais emboîtements et enchevêtrements complexes des sous-répertoires. Il y a bien, par exemple, une communauté sociolinguistique utilisant le français conjointement avec d'autres systèmes, mais cette communauté est formée de petites communautés diverses dont chacune est caractérisée par son répertoire verbal spécifique : communauté franco-bretonne, franco-basque, franco-catalane, mais aussi franco-wallonne, franco-québécoise, laquelle se subdivise selon les rôles qu'y jouent le français québécois et l'anglais. On peut aussi avoir une communauté franco-française dont le répertoire est réduit au français officiel et à quelques variétés que W. Labov (1976) désigne sous le nom de « styles contextuels ». Certes la distance entre les éléments du répertoire verbal que J. Gumperz appelle « gamme linguistique » est plus ou

¹ Traduction de la citation suivante : "Virtual communities are cultural aggregations that emerge when enough people bump into each other often enough in cyberspace".

moins grande ; elle est très réduite, par exemple, dans le cas du répertoire verbal franco-basque. On pourrait tenir le même raisonnement à propos de la communauté linguistique arabe. Là aussi, il s'agit de communauté sociolinguistique caractérisée par l'emboîtement de répertoires verbaux spécifiques : communauté arabo-tunisienne, arabo-égyptienne, arabo-algérienne, arabo-saoudienne, utilisant conjointement l'arabe standard (dans des situations formelles, au sens de Ferguson 1959) et l'une des variétés d'arabe vernaculaires dans la vie quotidienne.

Toujours selon J. Gumperz, si dans une communauté linguistique donnée, on comptabilisait les locuteurs utilisant une langue standard et une ou plusieurs formes locales, leur nombre va considérablement s'accroître. Si tous les membres de la communauté étaient bilingues, le concept de bilinguisme ne présenterait plus guère d'intérêt. J. Gumperz va alors forger un concept plus opératoire pour l'analyse des usages linguistiques observés au niveau de groupes sociaux restreints. *Le répertoire verbal* de la communauté consiste donc dans la gamme des variétés linguistiques dont dispose l'ensemble des locuteurs appartenant à cette même communauté. L'hypothèse d'une communauté linguistique homogène est donc insoutenable. Elle conçoit les langues, les variétés régionales, sociales et fonctionnelles comme faisant partie d'un répertoire verbal qu'un individu (ou un groupe) possède en propre. Pour décrire le répertoire d'un individu ou d'un groupe, on met l'accent non sur le système mais sur les activités, les pratiques langagières des locuteurs telles qu'elles s'exercent dans des interactions sociales authentiques. Donc, plus l'accès à un éventail de situations de communication sera grand, plus le répertoire verbal sera étendu. Ce rapport proportionnel nous sera utile dans la conception de la communauté sociolinguistique virtuelle.

Dans le même ordre d'idées, De Robillard & al. notent que

La communauté linguistique semble plutôt devoir se concevoir de manière minimale comme un réseau regroupant des locuteurs ayant en commun au moins la reconnaissance tacite de normes linguistiques explicites et/ou implicites (reconnaissance d'inventaires de formes, de règles), indépendamment de la possibilité pour les locuteurs d'utiliser concrètement et correctement ces inventaires (De Robillard & al., 1993 : 35)

Ainsi, dans le sens de J. Gumperz, les normes de ces communautés déterminent non seulement quelle variété de langue serait appropriée à une situation de communication donnée, mais aussi quelle langue, il conviendrait d'utiliser. Cela signifie que les représentations normatives des locuteurs sont donc déterminantes. La façon dont les membres d'une communauté linguistique perçoivent la réalité des pratiques langagières et les catégorisent est aussi importante que la réalité linguistique effective, pour autant qu'on y ait accès. Dans l'exemple de l'arabe, il est à noter que, dans tous les pays, il se présente sous la forme d'un *continuum*, c'est-à-dire qu'il n'y a pas, de façon générale, dans une communauté donnée, des variétés discontinues et étanches, quel que soit leur nombre. Cependant, le *continuum* n'est pas perçu par la communauté des usagers qui applique sur cette réalité continue une grille discontinue.

De la communauté sociolinguistique virtuelle à la notion d'écrite

Nous venons de montrer qu'il est impertinent de fonder la communauté linguistique sur des frontières géographiques. Nous ne pouvons pas non plus fonder la définition de la communauté linguistique sur l'homogénéité de la langue, étant donné que chaque langue connaît des modalités d'existence différentes et des variations régionales, sociales, voire idiolectales.

Depuis l'avènement d'Internet et l'apparition des réseaux sociaux, nous assistons à l'apparition d'un autre type de communautés (linguistiques, sociales, culturelles ...), c'est ce que l'on peut appeler la communauté électronique, laquelle est une communauté virtuelle. Nous avons présenté *supra* la définition que donnent de Robillard & al. de la communauté linguistique. Selon eux, une conception minimaliste la présenterait comme un réseau de membres ayant en commun au moins « la reconnaissance tacite de normes linguistiques explicites et/ou implicites » (Ibid : 37), indépendamment de la possibilité, pour ces membres, d'utiliser concrètement et correctement les codes linguistiques correspondants. Nous pensons, par conséquent, que cette définition peut

s'appliquer à la communauté virtuelle ; celle-ci se présenterait dès lors comme une communauté sociolinguistique virtuelle.

Il est acquis que la communication électronique, indépendamment de la TIC utilisée, a énormément changé la donne. Plus de frontières géographiques ou politiques qui séparent les membres virtuels de la communauté sociolinguistique, caractérisée par des répertoires verbaux complexes. A cela s'ajoutent la rapidité des échanges et la quantité d'informations qui peuvent être véhiculées sans oublier les usages et les pratiques qui en découlent. Tout cela est désormais bien connu (Liénard 2005, Laroussi & Liénard 2008). Nous insisterons dans ce texte sur le rôle que joue la communication électronique dans la caractérisation de la communauté sociolinguistique virtuelle dont nous parlons. Nous proposons ainsi la notion d'*écrilecte* afin de rendre compte de cette réalité linguistique nouvelle. Nous concevons l'*écrilecte* comme un lecte qui peut être sémantiquement simple ou complexe, relevant d'un type particulier de communication, l'écrit électronique, et formé à partir de divers procédés scripturaux spécifiques¹ ou non. Nous pouvons donner les exemples suivants : *2m1* (demain), *Cb1* (c'est bien), *chui* (je suis), *wa9tach* (quand ?), *na3raf* (je sais), *n7eb na3raf* (je veux savoir) etc.

La notion d'*écrilecte* a l'avantage de neutraliser les oppositions de type oral/écrit ou parlé/écrit qui posent souvent problème quand il s'agit de qualifier les écrits électroniques. La notion d'*écrilecte* permet par ailleurs de rester dans le cadre de la communauté sociolinguistique, conçue aussi comme un ensemble de répertoires verbaux plurilingues dans lesquels l'accent est mis sur le rôle que jouent ces *écrilectes* dans les échanges entre les membres de la communauté et non sur leurs statuts sociolinguistiques ou sur leur hiérarchisation. Autrement dit, l'*écrilecte* neutralise toute opposition de type forme soutenue vs forme relâchée, forme standard vs forme non-standard, forme orale vs forme écrite. L'*écrilecte* serait donc une forme spécifique à un type particulier de communication : les écrits électroniques. Et ce sont la fréquence et la nature des *écrilectes* observables dans les échanges électroniques qui permettront d'identifier, d'isoler et de caractériser une communauté sociolinguistique virtuelle.

Le rôle des communautés sociolinguistiques virtuelles pendant la révolution

Sur le site Le Monde.fr², édition du 17 janvier 2011, et dans l'article intitulé « *En Tunisie, la révolution est en ligne* », l'envoyée spéciale du journal écrivait ceci : « *A leurs yeux, elle n'a pas de couleur, comme l'orange, par exemple, en Ukraine, ils ne disent pas 'la révolution du jasmin', comme on disait autrefois 'la révolution des œillets' au Portugal. C'est beaucoup plus simple que cela, entre eux, les jeunes tunisiens l'appellent 'la révolution Facebook'. Elle a marié le virtuel et le réel, la technologie moderne et la manifestation traditionnelle. 'Le jour, on était dans la rue. La nuit devant l'écran', sourit Hichem, 41 ans professeur et cybermilitant* ».

Pendant quatre mois, les internautes tunisiens ont joué un rôle déterminant dans la lutte contre le régime corrompu de l'ex-dictateur tunisien. Les cybermilitants les plus actifs se servaient de la Toile pour organiser des manifestations, passer des slogans, des mots d'ordre ou pour fixer des rendez-vous. « *Dans un pays privé de liberté d'expression, avec une presse écrite et des médias audiovisuels aux ordres, la Toile a représenté un espace de liberté inconnu jusqu'alors et permis une efficace diffusion de l'information. [...] Il était devenu plus grave de se promener avec un ordinateur qu'avec un cocktail Molotov. [...] La banderole a cédé la place à la caricature virtuelle, le slogan que l'on scandait est remplacé par la phrase que tout le monde lit d'un clic.*

¹ Les procédés scripturaux en question sont décrits par ailleurs (Liénard 2005 notamment) et réfère à ce que l'on dénomme couramment « langage SMS ». Très rapidement, ils sont au nombre de neuf procédés permettant i) de simplifier l'écriture de la langue en question (abréviations, troncations, élisions d'éléments sémiologiques et siglaisons) ; ii) de compliquer l'encodage (et le décodage) de la langue utilisée (notations sémiophonologiques, emprunts et écrasements de signes) ; iii) de marquer l'expressivité du message et (tenter de) pallier ainsi l'absence physique des interactants (émoticônes et répétitions de signes).

² <http://www.lemonde.fr>.

'Monsieur le Président, ton peuple est en train de s'immoler' a ainsi fait le tour des foyers en quelques minutes »¹.

On le sait, ce sont particulièrement les jeunes tunisiens qui ont été les plus actifs dans la mobilisation et l'organisation de la révolte via les réseaux sociaux (Facebook, Twitter). Ces canaux d'information se sont révélés plus difficiles à contrôler par le dictateur que les médias conventionnels. Les possibilités de s'exprimer, de témoigner, de donner son avis et surtout de diffuser très rapidement les informations ont joué un rôle déterminant dans l'avènement de la révolution tunisienne. On pourrait même dire que les Tunisiens ont tourné leur propre révolution : munis de leurs téléphones portables, ils filmaient les manifestations et les scènes de répression et mettaient cela aussitôt sur la Toile, que les sites web de nombreuses chaînes satellitaires (Al-Jaseera, Al-Arabiya, France 24, etc.) reprenaient et se chargeaient de diffuser au monde entier. La boucle est bouclée.

Dans un entretien avec un journaliste, le blogueur activiste Slim Amamou, nommé ensuite secrétaire d'Etat à la Jeunesse et aux sports dans le gouvernement de coalition, affirmait que *« sans le net, les gens n'auraient pas fait tomber ce gouvernement [celui de Ben Ali] »²*. A la question *« Quel rôle a joué le collectif anonymous ? »*, il répondait ainsi :

C'est un collectif international. C'est une nouvelle forme de citoyenneté internationale. Ça c'est vraiment nouveau. Et ils ont participé à cette révolte. Concrètement, ils ne sont pas sur le sol tunisien. Ce sont des citoyens du monde qui ont participé à la révolte tunisienne. Il faut de nouvelles formes de gouvernance, de citoyenneté, basées sur Internet. C'est un début, ça a commencé ici³.

On le voit, Internet a bousculé la donne et a fait bouger les lignes. Encore une fois, la communauté de citoyens ne se définit plus par les limites des frontières politiques ou géographiques des Etats-Nations. La communauté sociolinguistique virtuelle formée sur la Toile est une communauté interactive au sein de laquelle les membres échangent des informations, communiquent via les réseaux sociaux lesquels transcendent toute forme de frontière physique. Aussi cette communauté sociolinguistique virtuelle est-elle plurilingue, puisque les internautes se servent de plusieurs idiomes pour communiquer entre eux, à savoir le français, l'anglais, l'arabe standard ou l'arabe tunisien, pour ne citer que ces langues. L'exemple suivant, issu de la page Facebook de l'un de nos informateurs, est caractéristique de ce point de vue :

¹ Ibid.

² <https://sites.google.com/site/akhbardzaer> (consulté en décembre 2011)

³ Ibid.



Nous relevons ainsi plusieurs *écrilectes* au sein de ce court extrait allant de l'utilisation d'une variété de français (que nous avons dénommé par ailleurs français électronique¹) au recours à une forme standard de la langue française susceptible de se trouver parfois en situation de contact avec la langue arabe (sous une forme latinisée), jusqu'à une forme hyper normée de la langue arabe puisque l'un des interlocuteurs (nous dirons plutôt interscripteurs) répond en arabe littéraire. Incontestablement, l'usage de Facebook et l'immédiateté, la synchronicité de ce mode communicationnel favorisent l'émergence d'*écrilectes*. En effet, les interscripteurs échangent en temps réel (les six tours de parole ont lieu en douze minutes) et cette conversation scripturale, comme si la discussion se déroulait en coprésence des interactants, va mobiliser des variétés et des registres de langues spécifiques au groupe qui échange. Nous ne proposons qu'un exemple mais les échanges de ce type sont courants sur cette période (et au-delà bien évidemment) si bien qu'ils nous paraissent autoriser la caractérisation de ce groupe, de cette communauté sociolinguistique virtuelle.

En effet, nous avons montré précédemment que la notion de répertoire verbal de J. Gumperz était déterminante dans la définition de la communauté sociolinguistique réelle. Il en va de même pour la communauté virtuelle où les internautes, selon les langues qu'ils partagent avec les autres, forment leurs propres répertoires verbaux dont certains peuvent présenter des éléments d'intersections avec d'autres. Et ce sont ces enchevêtrements de répertoires verbaux qui forment les communautés sociolinguistiques virtuelles sur la Toile.

Un autre rôle important joué par les médias sociaux est celui de la démocratisation de l'information ; en donnant la parole à ceux que les médias classiques ignoraient, voire censuraient, Facedook et Twitter, en particulier, ont permis à la majorité des Tunisiens, silencieuse jusque-là, de s'exprimer et de dénoncer la dictature. Ainsi, mots d'ordre, slogans, pamphlets et vidéos se sont reproduits de manière continue et surtout dans un cadre complètement autonome et décentralisé. Nous pouvons donc considérer que les mots d'ordre comme « Ben Ali dégage », « RCD dégage » (et toutes leurs déclinaisons) sont aussi des *écrilectes*. Ils ont finalement structuré la communauté sociolinguistique virtuelle en étant repris par tous, sur la Toile comme dans la

¹ Nous en relevons les manifestations scripturales suivantes : les émoticônes, les répétitions de graphèmes (*mmmh, !!!* ou *???*) ou encore la notation sémiophonologique totale (Liénard, 2005) « *c* » (pour « *c'est* »)

rue¹. Sans doute cela explique-t-il que les jeunes révolutionnaires tunisiens n'avaient pas besoin d'un leader.

Conclusion

L'important équipement en TIC, couplé à des usages électroniques répandus et variés, ont participé à la construction de communautés sociolinguistiques virtuelles en Tunisie. Cela a permis aux Tunisiens, qu'ils soient en Tunisie ou ailleurs, de communiquer et d'échanger comme jamais ils n'avaient pu le faire... comme jamais ils n'avaient osé. Compte tenu de ce que nous avons montré, nous considérons que les normes scripturales reconnues et attendues au sein de ces communautés sociolinguistiques virtuelles ont résonné comme les marques de reconnaissance, de connivence entre les membres de ces communautés. A ce titre, ils sont des *écrilectes* puisqu'ils ont résonné comme des marques distinctives entre les différentes communautés sociolinguistiques virtuelles. Il s'agira à l'avenir d'observer davantage ces communautés et de déterminer si les *écrilectes*, issus de la communication électronique, coexistaient et/ou mutaient et/ou migraient vers d'autres écrits ou des interactions verbales d'un autre genre. Cela élargit finalement la discussion aux rapports entre communauté électronique et communauté réelle. M. Chauque précise que « *l'opposition entre les communautés virtuelle et réelle implique que l'on considère, soit leur autonomie, soit leur interaction symétrique, soit une imbrication des deux, prenant un aspect asymétrique, avec une forte influence de la communauté « réelle » sur la virtuelle au départ, tendant [...] vers un impact des vécus virtuels sur les communautés « réelles »* » (Chauque, 2007 : 67). La démarche est intéressante pour le cas qui nous intéresse ici.

Par ailleurs, l'auteur propose la définition suivante : « *Contrairement aux communautés traditionnelles, la communauté virtuelle ne s'appuie pas sur l'héritage et la transmission, la durée, la stabilité normative, la délimitation des limites territoriales. Le territoire virtuel est symbolique, aux limites floues, en état d'ajustement continu dans l'action de ses membres qui investissent à la fois un espace public et privé (l'internaute s'expose publiquement tout en préservant l'intimité de son espace personnel, seul devant son écran).* » (Ibid.). Les difficultés définitoires restent donc importantes, nous pensons que la notion d'*écrilecte* peut permettre d'appréhender (sans forcément permettre d'isoler) les communautés sociolinguistiques conçues comme des ensembles de répertoires verbaux (plurilingues ou mobilisant plusieurs variétés d'une même langue). C'est au sein de ces répertoires verbaux qu'il faudra pointer le rôle joué par les *écrilectes* dans les échanges entre les membres de la communauté sans se focaliser sur leurs statuts sociolinguistiques ni sur la hiérarchisation entre eux.

Bibliographie

CHAUQUE M., 2007, « Approche pragmatique et interculturelle des cyberéchanges conversationnels : communautés (dé)territorialisées et échanges numériques », dans *L'échange*, Tolan, J. (dir.), L'Harmattan, Paris, pp. 63-74

FLICHY P., 2001, *L'imaginaire d'internet*, Editions La Découverte, Paris, p. 273.

GUMPERZ J., 1970, "Verbal: strategies in multilingual communication", *MSLL* n° 23, pp. 129-148.

LAROUCSI F., 2011, « Le code-switching arabe-français dans les écrits électroniques. Le cas de la CMO » dans *La communication électronique : enjeux de langues*, LIENARD F. & ZLITNI S. (éds), Limoges, Editions Lambert-Lucas, pp.181-189.

LABOV W., 1976 (1972), *Sociolinguistique*, Paris, Editions de Minuit.

¹ En Egypte, peu de temps après, la communauté sociolinguistique virtuelle s'est organisée elle aussi autour de slogans distinctifs (en même temps qu'ils permettent de distinguer les différentes communautés) : « Moubarak dégage » ou « La révolution d'abord ».

- LAROUSSE F. (dir.), 2011, *Code-Switching, Language in Contact and Electronic Writings*, Frankfurt am Main, Peter Lang, Internationaler Verlag der Wissenschaften, p. 160.
- LAROUSSE F. & LIENARD F., 2008, « Eléments d'analyse de la communication médiée par téléphone mobile (CMT) de scripteurs plurilingues franco-arabes », dans Actes du Colloque *Interagir et transmettre, informer et communiquer : quelles valeurs, quelle valorisation ?*, Tunis, Tunisie, pp. 450-460.
- LIENARD F. & ZLITNI S. (éds), 2011, *La communication électronique : enjeux de langues*, Limoges, Editions Lambert-Lucas, p. 311.
- LIENARD F., 2011, « Communication électronique et écriture électronique », dans *Les technologies relationnelles : perspectives théoriques, méthodologiques et mythologiques croisées*, LARDELLIER, P. (coord.), Epistémé n°5, Revue internationale de sciences sociales appliquées, Séoul, Université Korea, Center for Applied Cultural Studies, pp. 69-88.
- LIENARD F., 2005, « Langage texto et langage contrôlé. Descriptions et problèmes », *Linguisticae Investigationes* Volume 28 n°1, Paris, John Benjamins, pp. 49-60.
- MARCOCCIA M., 2004, « L'analyse conversationnelle des forums de discussion : questionnements méthodologiques », *Carnets du CEDISCOR* 8.
- PROULX S., 2004, *La révolution Internet en question*, Montréal, Québec Amérique.
- RHEINGOLD H., 1993, *The Virtual Community - Homesteading on the Electronic Frontier*, New York: Addison Wesley. Traduction française (1995) *Les Communautés virtuelles*, Paris, Addison Wesley France.

Itinéraires migratoires et usages médiatiques des réfugiés somaliens en France : entre adaptation et stratégies identitaires

Houssein Charmarkeh, <hcharmar@uottawa.ca>

Université Sorbonne Nouvelle, Paris 3

Ndiaga Loum, <Ndiaga.Loum@uqo.ca>

Université du Québec en Outaouais

Comprendre les usages des médias des populations immigrées est un exercice de plus en plus envisagé dans les recherches en sciences sociales en général et dans les études des médias en particulier. Mais les recherches dans ce domaine qui s'intéressent aux populations somaliennes souvent constituées de réfugiés fuyant la guerre sont très rares. Cette étude cherche à combler ce manque en ciblant les usages des médias par les populations d'origine somalienne installées en Europe. En effet, les Somaliens continuent de quitter leur pays ravagé par la guerre et la famine, rejoignant en Europe la « diaspora de réfugiés » installée pour la majorité dans les pays scandinaves et en Angleterre. En France, les Somaliens sont moins nombreux et pourtant ils restent manifestement visibles à travers les images de pirates somaliens projetées par les écrans. Des « stratégies identitaires » sont dès lors mises en place par les Somaliens afin de gérer leurs représentations « dévalorisantes ». Entre Internet et les satellites, la vie au Sud se recrée au Nord. Cette communication est basée sur une recherche sur le terrain effectuée en France entre janvier et mars 2011 auprès des demandeurs d'asile somaliens résidant à Rennes, Angers et Paris. Les données empiriques proviennent d'un questionnaire administré et rempli par les participants et des entretiens semi-dirigés individuels et en groupe. La perspective théorique choisie s'inspire de la théorie des Usages et Gratifications qui se démarque de la forme « passive » du récepteur des médias (Elliott, 1974). Nous concluons que les réfugiés vivant dans des situations de forte précarité sociale, économique ou juridique s'approprient les technologies et les médias ethno-communautaires pour en faire un usage innovant et développent des stratégies dans le but de réduire le « décalage » entre l'identité assignée et l'identité assumée. L'exploitation des données étant encore en cours, cette contribution n'abordera pas dans les détails les résultats obtenus, mais insistera plus sur les aspects théoriques, méthodologiques agrémentés d'éléments contextuels qui fixent le pourquoi et le comment de cette présente étude.

Introduction générale

Après la chute du régime du président Siyaad Barré en décembre 1991, les Somaliens quittent en grand nombre leur pays ravagé par la guerre civile. L'opposition armée multiforme des clans du centre et du nord de la Somalie qui lui reprochaient sa politique partisane, ont aussi accéléré la chute du régime (Caraël, 1982). En 1992, pour des raisons humanitaires et pour contrôler cette zone stratégique d'accès à la Mer Rouge et au canal de Suez, les États-Unis lancent l'opération "Restore Hope" avec un déploiement de 25.000 soldats américains. Cette opération a semé les doutes sur la bonne volonté du gouvernement américain qui avait continué à octroyer pendant les années 1980 une aide militaire alors que le régime bombardait à coup de canons des populations civiles (Marchal, 1993). L'intervention humanitaire fut un échec, car l'opération n'était pas assortie de décisions sur le désarmement et la démobilisation des milices armées et de la restauration de la paix civile. L'intervention internationale s'était alors réduite à une opération militaire de sécurisation des routes de l'approvisionnement de l'aide humanitaire. L'opération « Restore Hope » devient très vite pour les Somaliens une agression contre leur pays. De 1993 à 1995, une lutte s'engage entre les « seigneurs de guerre » Somaliens et l'armée américaine. Après des combats qui feront près de 10 000 morts (Weiss, 2005), les États-Unis se retirent de la Somalie. Les Somaliens se tournent à la religion pour unifier les protagonistes. L'Islam devient la référence ultime dans un univers où les milices armées terrorisent la population. Des groupes s'organisent dans les quartiers et mobilisent la population pour chasser les seigneurs de guerre. Ces organisations, baptisées Tribunaux Islamiques, reçoivent très tôt du soutien et des fonds des bienfaiteurs saoudiens adeptes d'un Islam rigoriste. Profitant de l'absence d'un État, les organisations créent des réseaux de tribunaux informels et instaurent l'ordre. En 2006, l'Éthiopie,

qui craint que ces groupes ne viennent influencer les musulmans éthiopiens, envahit la Somalie et prône la politique « préventive » du terrorisme. Avec l'aide des États-Unis, les Tribunaux Islamiques sont chassés de Mogadiscio. Un gouvernement provisoire avec à sa tête un ancien chef des Tribunaux Islamiques mais qui était considéré « modéré » est désigné à Djibouti pour stabiliser la situation politique dans le Sud. Al-Shabaab, la frange la plus radicale des Tribunaux Islamiques, a refusé de s'associer au gouvernement provisoire. Depuis lors, cette milice contrôle le sud et le centre de la Somalie et lance des attaques meurtrières contre la population civile, l'armée du gouvernement fédéral de transition somalien et les soldats de l'Union africaine. Ces nombreux conflits qui durent depuis les vingt dernières années ont poussé près d'un million de Somaliens à abandonner leur foyer (UNDP, 2009). Une diaspora somalienne s'est alors formée dans les pays scandinaves (Norvège, Danemark et Suède), en Hollande et en Angleterre, en Amérique du Nord et récemment en France.

Méthodologie et contexte

Les données empiriques de notre recherche reposent sur un questionnaire distribué directement par les enquêteurs aux réfugiés Somaliens et un entretien approfondi individuel et en groupe. La sélection des participants à notre recherche a été possible grâce à la méthode « boule de neige ». Cette méthode nous a permis de constituer un échantillon non représentatif des réfugiés Somaliens et consiste à approcher les participants à qui nous demandons de bien vouloir expliquer les objectifs de notre recherche à d'autres. Cette méthode non-aléatoire a été privilégiée en raison de la méfiance des Somaliens à l'égard de toute personne s'intéressant à leur parcours migratoire. Cette méfiance résulte de la situation dans laquelle se trouvent la plupart des Somaliens qui sont en attente du résultat de leur demande d'asile déposée auprès de l'Office français de protection des réfugiés et apatrides (OFPRA).

L'autre raison de cette méfiance s'explique par la fragilité de l'état psychologique des Somaliens qui ont été éprouvés par le long voyage qu'ils ont effectué depuis la Somalie. Dans ce contexte, notre recherche a consisté d'abord à gagner la confiance des réfugiés Somaliens avant d'entreprendre avec prudence la collecte des données. Pendant la collecte, nous nous sommes immergé dans la vie quotidienne des Somaliens qui ont accepté, pour certains d'entre eux, de nous recevoir chez eux pendant plusieurs semaines. La méthode de « boule de neige » est bien adaptée pour les recherches dont l'objet porte sur des questions sensibles (Biernacki et Waldorf, 1981). La recherche a eu lieu à Paris, Rennes et Angers de janvier 2011 à mars 2011. Les premiers participants ont été rencontrés à Rennes et nous ont recommandé d'autres Somaliens résidant à Angers et Paris et à qui ils ont « confiance » (amis et membres de la famille). Dans ces villes, nous avons approché au total une centaine de Somaliens mais seulement 34 ont accepté de participer directement à la recherche.

Tableau 1 : Variables démographiques

Classe d'âge	Pourcentage
18-29	76
30-39	12
40 et plus	12
Total	100

Sexe	Pourcentage
Femme	12
Homme	88

Total	100
-------	-----

Le questionnaire détaillé fut remis en personne par les enquêteurs et est destiné à analyser les usages des médias par les Somaliens dans le but de comprendre leur rôle dans la vie quotidienne des réfugiés. Le tableau 1 dresse la grille des différents thèmes du questionnaire.

Tableau 2 : Thèmes du questionnaire

Informations démographiques : âge, sexe, statut marital, revenu, niveau d'éducation
Usage type de média et motivations du choix d'un tel média
Fréquence de l'usage d'un type de média
Contenus des médias utilisés et motivations du choix d'un tel contenu
Fréquence d'usage d'un contenu spécifique
Équipement d'ordinateurs et de télévision

Tableau 3 : Thèmes privilégiés durant l'entretien

Récit sur le parcours migratoire et recherche d'informations
Représentations de l'image des Somaliens dans les médias
Usages des médias

Chaque participant qui a rempli le questionnaire est convié à participer à l'entretien semi-dirigé qui s'est déroulé dans les foyers pour immigrants. L'entretien consiste à recueillir des données sur les perceptions des Somaliens sur leur parcours migratoire (la vie avant l'exode, la vie en exile, l'arrivée en France) et sur la consommation médiatique. La méthode du récit de vie a été choisie pour analyser les différentes étapes du parcours migratoire des Somaliens. Le récit de vie permet d'étudier une partie spécifique de la réalité sociale et historique de chaque individu (Nann, 2009). Dans le cas des réfugiés, le récit s'affirme comme un outil adéquat et permet à chaque réfugié « de se resituer dans son rapport à des événements, souvent traumatisants, qui ont changé sa trajectoire de vie » (Jacob, 1995:398). Avec l'augmentation du nombre de réfugiés, cette catégorie de migrants appartenant de surcroît aux minorités visibles est souvent dépeinte par les médias de façon généralement négative et stéréotypée et serait associée à l'illégalité, aux coûts sociaux, à la dépendance sociale, au désordre et à l'invasion (Gusse, 1991:90-92).

Cadre théorique

Pour Daniel Dayan, les études de réception des médias¹, s'intéressant aux stratégies des acteurs à négocier leur identité, permettent d'« entrer dans l'intimité [des] récepteurs et [d'] envisager que les univers de signification qui y sont élaborés puissent être caractérisés autrement qu'en termes d'aliénation ou de déficit » (Dayan, 2000 : 435). Critiquant les travaux qui attribuent aux médias la capacité d'avoir des effets directs sur les individus, les études de réception s'inscrivent dans une perspective considérant les individus possédant une certaine marge de manœuvre puisqu'ils

¹ Pour une synthèse des études de réception, voir Breton et Proulx, 2002.

passent les messages médiatiques « au filtre de l'ironie, de la colère, de l'humour et de la résistance » (Appadurai, 2001 : 240). Loin de se présenter comme des victimes passives, les minorités sont « capables de mettre en œuvre des formes subtiles de résistance et de visibilité » (ibid.209). De nombreuses critiques ont depuis été adressées à l'endroit des études de réception. Celles-ci mettent en garde notamment contre les tentations de survalorisation de la résistance culturelle des individus et l'évacuation de toute référence à la mise en évidence de rapports de domination entre acteurs sociaux (George, 2004). Tout en reconnaissant l'intérêt que représente l'étude de la réception, Bernard Miège rappelle que « l'approche de la communication ne saurait ignorer le niveau macro-sociétal, et en particulier les logiques d'action correspondant aux stratégies des acteurs dominants » (2000 :11).

Le droit d'asile en France

Le droit d'asile en France est inscrit comme droit fondamental au Préambule de la Constitution de 1946 qui affirme : «Tout homme persécuté, en raison de son action en faveur de la liberté, a droit d'asile sur les territoires de la République». En France, c'est l'Office français pour les réfugiés et les apatrides (OFPRA) qui étudie les dossiers de demande d'asile et octroie le statut de réfugié. En 2010, le nombre de demandes de protection introduites en France s'élève à 52 762, une augmentation qui s'est poursuivie pour la troisième année consécutive depuis 2008 (OFPRA, 2010). En termes de comparaison européenne, la France demeure en 2010 le premier pays destinataire de demandeurs d'asile en Europe devant l'Allemagne et la Suède. Le taux d'accord, tous types de demandes confondus, s'élève à 14.8% en 2010. En 1973, l'accordait le statut de réfugiés à 85% des exilés qui en faisaient la demande (Valluy, 2009). Ce taux de rejet élevé reflète une crise du droit d'asile en France, crise qui s'est accentuée avec la loi du 10 décembre 2003 relative aux conditions d'entrée et de séjour des étrangers. Les ambitions de la France dans le domaine de la protection des réfugiés se sont réduites et des mesures de plus en plus restrictives sont prises pour dissuader et empêcher les personnes d'arriver sur le territoire (Delouvin, 2004). Même si la loi de 2003 facilite les démarches administratives en créant un « guichet unique » pour toutes les demandes de protection, elle contient aussi des mesures restrictives comme la désignation de pays d'origine « sûrs ». Un pays est considéré comme sûr « s'il veille au respect des principes de liberté, de la démocratie et de l'état de droit, ainsi que des droits de l'homme et des libertés fondamentales » (OFPRA, 2011). Les demandeurs d'asile, ressortissants des pays figurant sur cette liste, ne peuvent bénéficier d'une admission au séjour au titre de l'asile. Selon l'OFPRA, la prise en compte du caractère sûr du pays d'origine n'exclut toutefois pas le principe de l'examen individuel de la demande d'asile. Les pays en guerre comme la Somalie ne sont pas désignés comme pays « sûr », ce qui explique le taux élevé de 62 % d'acceptation des demandes d'asile introduites par les Somaliens en 2010 auprès de l'OFPRA.

Particularités des processus migratoires somaliennes en France.

En Europe, la majorité des Somaliens réside dans les pays Scandinaves (Fangen, 2007; Alitolppa-Niitamo, 2002; Valentine et al. 2009), en Angleterre (Harris, 2004), aux Pays-Bas (Moret et van Eck, 2006) et plus récemment en Suisse (Moret, 2006). Ils se concentrent principalement dans les zones urbaines et cette tendance s'explique par les facilités que les villes offrent en termes d'assistance, de communication et d'anonymat (Pérouse de Montclos, 2003). Les relations de solidarité entre les membres de la famille sont essentielles pour les Somaliens et celles-ci sont maintenues grâce aux transferts d'argent et aux moyens de communication (Horst, 2004; UNDP, 2001). Selon les données des agences gouvernementales de statistiques (Tableau 4), le nombre total de Somaliens en situation régulière est estimé à 125 000. Ce chiffre n'inclut pas tous les demandeurs d'asile somaliens qui sont en attente d'une décision administrative pour leur régularisation et ceux qui sont dans une situation clandestine. Selon les données de l'agence

européenne de statistiques Eurostat, les Somaliens constituent dans l'Union le troisième grand groupe des demandeurs d'asile, après les Afghans et les Russes (Tableau 5).

Tableau 4 : Les Somaliens en Europe¹

Pays	Nombre de Somaliens
Angleterre	43 000
Hollande	18 000
Norvège	19 656
Suède	22 508
Danemark	17 000
France	360
Suisse	5000
Total	125 524

Tableau 5 : Nationalité des principaux groupes de demandeurs d'asile dans l'Union européenne

Premier groupe	Afghanistan	20 410
Deuxième groupe	Russie	20 75
Troisième groupe	Somalie	19 070

Sources : Eurostat, 2010

Pour ce qui concerne la France qui nous intéresse particulièrement ici, il n'existe à notre connaissance aucune étude sur les Somaliens qui y vivent malgré l'existence de chercheurs français spécialistes des questions concernant la Somalie et sa diaspora (Marchal, 1993 et 2000; Morin, 1986; Pérouse de Montclos, 2006, 2000 et 2001). La présence d'un nombre réduit de Somaliens en France expliquerait peut-être cette lacune. Pourtant, leur nombre ne fait qu'augmenter depuis les 10 dernières années comme on peut le constater dans les chiffres publiés par l'OFPRA (voir tableau 6). La faible présence des Somaliens en France s'explique par le fait que les Somaliens ne s'installent que dans les pays où la communauté somalienne est déjà installée ou pour des raisons historiques, ce qui explique qu'ils s'établissent en grand nombre en Angleterre, pays de l'ancien colonisateur. En outre, comme la France n'octroie qu'une maigre allocation et offre très peu de possibilités de logement aux demandeurs d'asile, les Somaliens sont peu motivés à venir s'installer en France. Les travaux d'Olivier Brachet (1997) montrent que les procédures auxquelles doivent recourir les réfugiés en France sont de plus en plus nombreuses et difficiles à comprendre, ce qui oblige le demandeur d'asile à emprunter des circuits administratifs opaques. L'auteur estime qu'il existe en France des situations où les personnes ne sont pas officiellement admises sur le territoire mais y sont, de fait, tolérées dans une sorte d'« asile au noir ». Selon son analyse, cet « asile au noir » s'inscrit dans une politique de dissuasion migratoire qui vise à rendre très précaires les situations de ceux dont on pense qu'ils se laisseront et transmettront autour d'eux le message des difficultés rencontrées. Le nombre de Somaliens vivant

¹ Sources : National Statistics Office (2001); Central Bureau Statistics (2007); Statistics Norway (2007); Swedish Statistic Central Bureau (2007); Swedish Statistic Central Bureau 2003); DRC Danmarks Statistics, (203); OFPRA (2010).

en France est compris environ entre 2000 à 3000 personnes. À part quelques familles installées depuis les années 1990 dans les grands centres urbains à Paris, Marseille et Toulouse, la population somalienne est largement composée de jeunes. Les femmes y sont très peu nombreuses. En 2009, 776 Somaliens ont introduit une demande d’asile et ce en raison de l’intensification des combats entre le gouvernement transitoire somalien et les milices islamistes armées.

Tableau 6: Nombre de demandeurs d’asile Somaliens en France par année

Année	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	Total
Nombre de Somaliens	120	115	91	139	123	57	57	101	776	360	1939

Sources : OFPRA

En France, les demandeurs doivent se présenter à une préfecture pour se déclarer. Après l’introduction de la demande, la préfecture procède à la vérification du demandeur dans le fichier Eurodac qui permet de comparer et de stocker au niveau de l’Union les empreintes digitales de tous les demandeurs d’asile et des étrangers « sans papiers »¹. Si une préfecture en France retrouve les empreintes d’un demandeur d’asile dans le fichier Eurodac, celui-ci est convié à se rendre dans le pays où il a été enregistré pour la première fois. En attendant, le demandeur d’asile ne reçoit aucune allocation de la part de la France. Si l’État membre saisi accepte la « prise en charge », la préfecture prie le demandeur de se rendre dans ce pays. En 2002, sur 761 demandes de « prise en charge » présentées par la France aux autres États membres, 251 ont été acceptées ; en sens inverse, la France a accepté 1695 des 2749 demandes que lui ont adressées les autres États membres (Delouvin, 2004).

Dans les villes où nous avons rencontré les Somaliens, certains logeaient dans les foyers d’hébergement du centre d’accueil de demandeurs d’asile (CADA) et du centre provisoire d’hébergement (CPH), d’autres ont trouvé des refuges dans les églises, dans les rues ou occupent des « squats » en attendant d’être logés. Pour certains d’entre eux, les préfectures ont estimé qu’ils avaient retrouvé leurs empreintes dans le fichier et qu’un autre État membre devrait « prendre en charge » leur demande. Durant l’attente, qui peut durer jusqu’à six mois, les Somaliens se font héberger et nourrir par des compatriotes qui ont obtenu un statut de réfugié. L’itinéraire parcouru par la majorité de réfugiés Somaliens que nous avons interrogés suit plusieurs parcours. Ils entrent en Europe par trois voies : de l’Afrique de l’Est vers Paris; des pays Arabes du golfe vers la Russie et de la Libye à destination d’Italie ou Malte. Une majorité de Somaliens interrogés ont vécu au moins dans 3 pays européens (Tableau 7). Jusqu’à la fin des années quatre-vingt, la littérature tend à établir que les réfugiés arrivaient directement de leur pays d’origine. Or, on assiste de plus en plus à des parcours migratoires complexes et variés dont la durée peut aller de quelques mois à plusieurs années.

Tableau 7: Nombre de pays traversés par les Somaliens avant leur installation en France

Nombre de pays	Fréquence	Pourcentage
1-3	24	70
3-5	3	9
5 et plus	7	21

¹ Eurodac est une base de données européenne d’empreintes digitales qui vise à empêcher les demandeurs d’asile de déposer plusieurs requêtes et a été créé après la Convention de Dublin de 1990. Cette base de données prévoit aussi que les demandeurs d’asile doivent déposer leur requête dans l’État membre qui leur a permis d’entrer en Europe

Total	34	100
-------	----	-----

Les dispositifs mis en place à l'extérieur de l'Union comme la politique européenne des visas, les agents de liaison, les contrôles accrus des transporteurs ont engendré ces parcours migratoires de plus en plus longs (Clochard, 2007).

Bibliographie

ALITOLPPA-NIITAMO, A., 2002, « The Generation In-between: Somali youth and schooling in metropolitan Helsinki », *Intercultural Education*, n° 3, 275-290.

APPADURAI A., 2001, *Après le colonialisme. Les conséquences culturelles de la globalisation*, Paris, Payot, 322.

BIERNACKI P., et WALDORF D., 1981, Snowball sampling: Problems and techniques of chain referral sampling. *Sociological Methods and Research* 10(2):141-163.

BRACHET O., 1997 « L'impossible organigramme de l'asile en France. Le développement de l'asile au noir », *Revue européenne des migrations internationales*, n° 13, pp. 7-36.

CARAËL M., 1982, « La ruine du pansomalisme », *Le monde diplomatique*, Paris.

CLOCHARD O. 2007, « Le jeu des frontières dans l'accès au statut de réfugié - Une géographie des politiques européennes d'asile et d'immigration », Thèse de Doctorat, Université de Poitiers, France.

DAYAN, D. 2000, « Télévision : le presque-public », *Réseaux*, n°100, pp. 427-456.

DELOUVIN, P., 2004, « L'asile en France aujourd'hui », *Revue européenne des migrations internationales*, n° 2, pp. 89-125.

ELLIOTT P., 1974, Uses and gratifications research: A critique and a sociological alternative. In J. G. Blumler&E. Katz (Eds.), *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research*, Beverly Hills, CA: Sage, pp. 249-268.

FANGEN K., 2007, « Breaking up the different constituting parts of ethnicity: the case of young Somalis in Norway», *Acta Sociologica*, Vol. 50, N°4, pp. 401 - 414.

GEORGE, E., 2004, « La place de la démarche critique dans les études en communication », Colloque du département des communications de l'Université du Québec à Montréal, les 2 et 3 avril, http://aix1.uottawa.ca/~egeorge/textes_enligne/recherche_critique.pdf

GREATER LONDON AUTHORITY, 2005, « London Country of Birth Profiles: An analysis of Census data », Data Management and Analysis Group briefing 2005/2.

MARCHAL R., 1993, « La militarisation de l'humanitaire : l'exemple somalien », *Cultures & Conflits*, N°11, pp.77-92.

MARCHAL R., 2000, « Mogadiscio dans la guerre civile : rêves d'État », *Les Études du CERI*, n° 69, pp.1-36.

MIÈGE B., 2000, « Le communicationnel et le social : Déficit récurrents et nécessaires (re)-positionnements théoriques », *Les enjeux de l'information et de la communication*, en ligne, http://w3.u-grenoble3.fr/les_enjeux/2000/Miege/Miege.pdf

MORET J., 2006, *Mouvements secondaires des réfugiés somaliens : une étude multi-sites*, FORUM 6, Neuchâtel : SFM.

MORET J., et VAN ECK C., 2006, *Somali Refugees in the Netherlands. Strategies of Exile and Policy Responses*, SFM, Neuchatel.

MORIN D., 1986, « Reconstruire la Somalie », *Politique Africaine*, N° 23, pp.117-131.

NANN S., 2009, « Les familles cambodgiennes en France : histoires de vie et reconstruction », *Dialogue*, 2009/3 N° 185, p. 55-66.

PÉROUSE DE MONTCLOS, M-A., 2003, A Refugee Diaspora: When the Somalis Go West, K. Koser (Éd.) *New African Diasporas* (pp. 37-55), London, Routledge.

PÉROUSE DE MONTCLOS, M-A., 2006, « Des diasporas africaines en construction : le cas du Nigeria », *Anthropologie et Sociétés*, n° 3, pp. 183-199.

VALENTINE G., SPORTON D., BANG N. K., 2009, Identities and belonging: a study of Somali refugee and asylum seekers living in the UK and Denmark, *Environment and Planning, Society and Space*, Vol. 27, pp. 234- 250.

VALLUY J., 2009, *Rejet des exilés : Le grand retournement du droit de l'asile*, Broissieux, Éditions Du Croquant, 320 pages.

WEISS T. G., 2005, *Military-Civilian Interactions. Intervening in Humanitarian Crises*. Lanhan Maryland, Rowman and Littlefield Publishers, 275 pages.

Rapports

UNDP, 2001, Human Development Report Somalia, Nairobi: United Nations Development Program.

OFPRA, 2010, Rapport d'activité, Office français de protection des réfugiés et apatrides, 100 pages.

OFPRA, 2011, Les pays d'origine sûrs, Office français de protection des réfugiés et apatrides, document en ligne, http://www.ofpra.gouv.fr/index.html?xml_id=276&dtd_id=11

Consommations médiatiques et usages des TIC, quel(s) changement(s) au plan des identités ?

Olivier Pulvar <olivier.pulvar@martinique.univ-ag.fr>
CRPLC / CNRS-UMR 8053, Université Antilles-Guyane

Les crises contemporaines que connaissent nos sociétés affectent concrètement la circulation de l'information au plus intense de leurs manifestations, notamment dans leurs répercussions sociales. Les modes de diffusion classiques des médias de masse côtoient et/ou s'imbriquent à d'autres plus émergents, au centre desquels les réseaux électroniques occupent une position centrale. Dès lors, la pluralité des émetteurs de messages, la variété des contenus, la diversité des voies et moyens de la communication, *sur* mais également *autour* des phénomènes en cours s'ajoutent aux « sources autorisées ». Par son caractère instantané et pertinent, cette communication plurielle encourage des appropriations de contenus identitaires par les acteurs et des usages informatifs, symboliques, voire stratégiques, qu'ils font des médias et des TIC dans un contexte social décalé.

Si on convient que les médias nourrissent le débat public sur les identités, l'approche des consommations médiatiques et des usages des TIC comme des ressources stratégiques pour les constructions identitaires apparaît pertinente. Par les pratiques qu'ils développent autour des médias classiques et des nouveaux médias, les acteurs créent des significations et des appropriations dans leurs rapports sociaux. D'où notre interrogation : quel rôle les acteurs, en particulier « les jeunes », tels que les identifient les médias jouent-ils dans les mouvements sociaux contemporains ? Comment expliquer à la fois leur mode d'implication et leur forme de mobilisation dans ces mouvements ?

Précisément, notre travail tente de comprendre en quoi les médias et les TIC ont à voir avec les transformations sociales et institutionnelles comme cela apparaît dans les bouleversements sociopolitiques récents en différents points du monde. Il importe en effet, d'interroger l'idée d'une modernisation politique mécanique en faveur de « la démocratie » dans les pays du Sud grâce aux médias, aux réseaux et aux technologies (approches diffusionnistes). De même, il est nécessaire de discuter les effets directs et massifs sur les publics d'une production médiatique dans l'orientation des mobilisations collectives contemporaines (perspectives béhavioristes). Et si tant les médias que les TIC ne constituaient qu'un indicateur de nature à expliquer les mutations en cours au sein de nos sociétés en mouvement.

Dans cette perspective, notre proposition vise à questionner le modèle du « Printemps arabe » de 2011, puis celui de la « Grève générale de 2009 aux Antilles françaises », afin d'en saisir les dimensions sociales, culturelles et politiques. Elle cherche à examiner la place et le rôle qu'ont pu jouer les médias de masse et les réseaux numériques au cœur de ces mobilisations, dans leurs utilisations par les acteurs des événements.

La « révolution 2.0 » en question : technique vs. politique

A la fin de l'année 2010, à la suite de la Tunisie, différents pays arabes connaissent des soulèvements populaires qui conduisent les médias occidentaux à évoquer le « Printemps arabe », faisant référence à la contagion révolutionnaire, le « Printemps des peuples », qui a traversé l'Europe à partir de 1848. Ces mobilisations collectives se déroulent il est vrai, dans des contextes nationaux proches et présentent de nombreux points communs dans leurs manifestations.

Un modèle pour les « révolutions » arabes

Les commentateurs se fondent couramment sur le phénomène de transition démographique dans le monde arabe pour évoquer les mobilisations collectives de 2011 telles des « révolutions des jeunes ». Ces jeunes scolarisés et/ou formés dénoncent le manque de libertés individuelles et publiques administré par des régimes politiques autoritaires qui ont confisqué le pouvoir. Ces

jeunes en mal d'insertion s'insurgent contre des oligarchies corrompues qui n'ont pas d'alternative aux problèmes quotidiens des populations dans un monde globalisé en crise. Ces jeunes, fer de lance des mobilisations, recourent massivement aux méthodes de contestation non violente et utilisent de façon intensive les TIC pour affronter les autorités en place.

Dans les discours publics occidentaux, le « réveil arabe » tient en grande partie au rôle joué par les TIC, malgré les tentatives des régimes en place pour contrôler ce flux¹. Les observateurs soulignent qu'Internet et ses « réseaux sociaux » numériques, favorisent une circulation fluide et horizontale de l'information entre de très nombreux utilisateurs. Les TIC permettent aux groupes de se structurer, d'organiser la contestation, de préparer les actions. Le téléphone mobile et la télévision par satellite apparaissent aussi comme des éléments incontournables dans le maintien et l'amplification de chaque mouvement, et dans la diffusion des protestations dans le monde arabe.

Dans un premier temps, les médias ne se font pas systématiquement l'écho des réactions brutales des pouvoirs contestés. Ils retiennent la diversité des formes et intensités de la répression selon les pays et les moments contestataires. Le rôle de l'armée par exemple, va de la neutralité bienveillante envers les populations à une fidèle soumission au pouvoir. A leurs yeux, le processus sociopolitique conduisant à ces « révolutions » fait intervenir globalement les mêmes facteurs dans chaque pays touché : la part de la population à gouverner et les changements intervenus dans sa structuration, la période d'accession au pouvoir et la durée d'exercice du pouvoir, les objets d'instrumentalisation politique (l'islam, la femme, les technologies, etc.), le point de départ de la contestation et les formes qu'elle prend.

Il n'empêche, tous les observateurs voient dans ce « Printemps arabe » des conséquences importantes sur l'évolution (in)espérée de ces pays vers une sortie de l'autoritarisme. Grâce aux ressources des réseaux électroniques et des technologies de la communication, forts du soutien des démocraties libérales, l'idée d'une modernisation politique mécanique des régimes politiques dans les pays du Sud s'accorde à l'évidence.

Cultures numériques et identités

Dès le début du 20^{ème} siècle, les médias classiques ont favorisé la diffusion d'une culture de masse servant la construction des identités nationales. Avec la *déterritorialisation* des sources d'émission résultant du développement du satellite et des réseaux électroniques, les cultures se confrontent et les identités se trouvent souvent en conflit.

Dans le monde arabe comme ailleurs, les dimensions transversales des supports médiatiques sont la cause de changements dans la production autant que dans la consommation médiatique. Le renforcement de la professionnalisation avec de nouvelles pratiques journalistiques, le développement de la liberté de la presse avec de nouveaux positionnements répondent à une demande des publics pour des programmes attractifs qui s'éloignent des aspects culturels et identitaires circonscrits aux territoires nationaux (Daghmi, Pulvar, Toumi, 2010).

Par ailleurs, les nouvelles conditions de circulation de l'information évoluent dans des contextes sociopolitiques arabes tendus et instables. Le développement des TIC dans ces pays s'est effectué en trois étapes, les deux dernières coïncidant avec l'émergence des protestations numériques : une phase institutionnelle portée essentiellement par la presse, puis le développement des blogs, enfin l'essor des réseaux sociaux. L'intrication des contenus et des supports/réseaux, des logiciels et des standards, des langages et des usages conduit à une convergence classique-numérique ouvrant les opérateurs à de nouvelles applications². La forte proportion de jeunes traversés par des phénomènes socioéconomiques d'importance³ accélère la diffusion des TIC. Les autorités politiques, conscientes des enjeux sociaux du numérique, fondent très largement leur gestion des

¹ En matière de répression en ligne, des pratiques de brouillages et de coupures de réseaux, mais également des intimidations et attaques contre les blogueurs et journalistes ont régulièrement été rendues publiques.

² Durant les événements, la télévision qatarie, Al Jazeera a diffusé à travers son canal satellitaire des vidéos amateurs et des micro-messages numérisés.

³ Essentiellement la scolarisation, l'urbanisation, la communication, les références culturelles mondiales, la paupérisation.

affaires publiques sur la maîtrise des TIC, notamment au plan de la surveillance et de la répression des flux d'information (Gonzalez-Quijano, 2011, p. 4-8).

Le développement d'usages collaboratifs qui se greffent sur une culture numérique fait face aux *politiques publiques* de contrôle de l'information basée sur la terreur et l'isolement. On reconnaît désormais, aux réseaux numériques le rôle de plateformes d'information permettant de faire circuler des messages au plus grand nombre.

Il suffit que les cercles numériques de sociabilités issus de ces processus suppléent les traditionnels cercles de sociabilités pour que des pratiques de communication en rupture, une contestation préalable trouvent de nouveaux lieux où s'exprimer. Les TIC permettent alors aux individus de lever une hypothèque sur leur engagement, de vérifier qu'ils sont nombreux à avoir la même analyse d'une situation, que cette situation diffusée rapidement est connue de tout le monde, et de confirmer la validité de leur engagement individuel dans la perspective d'une mobilisation collective (Lacour-Astol, 2011).

La nouvelle culture de protestation numérique résulte d'une rencontre entre une culture protestataire d'une part, et d'autre part, une culture numérique. On peut donc retrouver dans la rue des formes de relation observant les règles d'internet, sans pour autant qu'elles remettent en cause le sens de la mobilisation collective sur le terrain.

De même, qu'il importe d'interroger les approches diffusionnistes développées sur les mobilisations collectives dans les pays arabes, il est nécessaire de discuter en parallèle, les perspectives béhavioristes qui ont cours sur les mouvements sociaux aux Antilles françaises.

Le « LKP¹ », une résurgence anticolonialiste ?

Le 20 janvier 2009 débute dans le département d'outre-mer français de la Guadeloupe une mobilisation collective inédite qui paralyse pendant un mois et demi tous les secteurs socioéconomiques. Ce que les médias nationaux présentent comme la « grève générale aux Antilles » s'étend le 5 février 2009 à « l'île sœur », la Martinique, puis touche d'autres territoires français en mer des Caraïbes et dans l'océan Indien. Ces mouvements de protestation se déroulent sans aucun doute, dans des contextes locaux ressemblants et présentent de nombreux points communs dans leurs manifestations.

Un schéma pour les « révoltes » antillaises

Les observateurs se fondent généralement sur une structuration à la fois, historique, économique, sociale et culturelle singulière des outre-mers français pour repérer dans les mobilisations antillaises de 2009, l'action de groupes politisés d'obédience indépendantiste. Des syndicats qui dénoncent « la vie chère » résultant d'une configuration socioéconomique monopolistique et *racisée*, elle-même héritée d'une histoire coloniale douloureuse, et tolérée par l'Etat. Des syndicats renforcés par une forte aspiration populaire au changement sur fond de malaise social constant, qui réclament une baisse des prix pour des produits de base et une revalorisation des bas salaires. Des syndicats qui recourent aux méthodes d'action classiques, et sollicitent les ressources des médias et des TIC pour séduire au-delà de leurs militants et sympathisants.

Lorsqu'on évoque les mobilisations collectives antillaises de 2009 dans les discours publics nationaux, il est habituellement fait état d'une situation économique très difficile aux répercussions sociales désastreuses notamment pour « les jeunes ». On retrouve pêle-mêle des références à une sensibilité de l'être antillais liée à son histoire, au processus d'imitation et de suivisme des territoires les uns par rapport aux autres, aux questions spécifiques à l'outre-mer français. Par suite, il est question de la représentativité du mouvement et de sa légitimité pour mieux conclure sur les troubles à l'ordre public, la restriction des libertés individuelles, les

¹ *Liyannaj Kont Pwofitasyon* (Collectif contre l'exploitation outrancière) regroupe une cinquantaine d'organisations syndicales, associatives, politiques et culturelles de la Guadeloupe à l'initiative de la mobilisation de 2009. Le Collectif s'est formé lors de contestations du prix des carburants en décembre 2008 et demeure aujourd'hui encore très actif.

conséquences socioéconomiques, la nécessité de rétablir l'Etat de droit. « Les jeunes », encore eux, participent pleinement des mises en scène médiatiques de ces éléments. On interrogera plus rarement les dimensions plus complexes certainement, du respect des engagements de la République vis-à-vis de ses Outremer.

Dans un premier temps, en effet, la « révolte antillaise » n'a que peu d'écho au plan national, les médias n'interrogeant ni le peu de réactivité de l'Etat, ni les formes et motivations profondes de ces mobilisations. Ils pointent la sempiternelle question du statut politique des territoires, de même que celle de l'*ethnisation* des rapports sociaux produisant des discours à connotation sécessionniste et raciale dans les DOM¹ concernés. Leur rôle oscille entre les tentatives d'explication des situations observées et les stéréotypiques réservées à la fois, au personnage du « gréviste » en France et à ces « confettis » singuliers et lointains de la République. De leur point de vue, le processus sociopolitique à l'origine du « mouvement social aux Antilles » indique les facteurs déterminants pour l'ensemble des territoires concernés : la diversité culturelle des populations à administrer, l'accès à l'égalité républicaine, les objets d'instrumentalisation politique (le statut, les identités, les médias, etc.), le point de départ de la contestation et les formes qu'elle prend.

Il n'empêche, tous les observateurs voient dans cette « grève générale » des répercussions notables sur les chances d'un nouveau pacte républicain entre la France et ses Outremer. Grâce aux médias anciens et nouveaux, la communauté nationale peut assurer son identité collective en déplaçant les combats nationalistes des territoires d'outre-mer français sur le terrain de l'émancipation citoyenne. L'influence des médias sur les publics dans le contexte du mouvement social aux Antilles est posée.

Cultures médiatisées et identités

Autant les médias participent à la production de nouveaux modèles dans les territoires

ultramarins comme ailleurs, autant ils contribuent à la reproduction de modèles existants.

Leurs productions permettent donc à la fois, de mettre en place les conditions du débat public

sur les identités et de faire émerger une opinion publique locale. Cette fonction identitaire des

médias classiques est prolongée par les médias numériques qui en confirment la complexité :

les publics ont la possibilité de choisir leurs consommations (constitution identitaire des

publics) et leurs interprétations (émergence de communauté de réception) en dehors des canaux

institutionnels (Watin, 2001).

Dans le cas de la « grève générale aux Antilles », les médias nationaux porteurs de l'identité majoritaire observent un double mouvement de médiatisation des faits : l'invisibilité/silence, et la sur-visibilité/tapage. La première phase crée un effet de frustration des publics antillais (identités minoritaires) qui ressentent une différence de traitement au plan national de leurs affaires d'avec celles des autres composantes de la République. La seconde phase accroît ce sentiment des publics concernés en raison de leur insatisfaction du traitement de l'information et de leur désir d'être en prise avec les phénomènes en cours.

Les médias locaux porteurs des identités minoritaires abordent eux aussi la question en deux temps : d'abord, une confrontation des cultures qui met en scène identités majoritaire/minoritaires ; ensuite, une dynamique des territoires qui rétablit des schémas

¹ Département d'Outre-Mer.

médiatiques dominants. La réactivité des tout premiers jours de grève générale cède le pas aux difficultés d'exercer le métier de journaliste. Le durcissement rapide du conflit, notamment la situation de blocage des centres vitaux des territoires causée par les barrages, entraîne des difficultés de déplacement et d'approvisionnement. Parallèlement, on assiste à une reprise en main des entreprises médiatiques par leurs propriétaires (public, privés). Le verrouillage de l'information sur place décuple le sentiment de frustration des publics et de certains professionnels.

Dans un contexte social troublé, l'information circule massivement grâce à Internet qui tire grand profit des faiblesses des médias de masse classiques et de leurs modes de diffusion traditionnels. Le flux des échanges électroniques augmentent dans le temps comme dans l'espace, de même que leur densité. Mails, blogs, réseaux numériques sociaux, sites et autres *textos* sur et autour de la mobilisation favorisent la circulation de récits en tout genre, de photos et vidéos de non-professionnels et créent un intense maillage de contenus, qui complète l'offre professionnelle, par leur variété, leur instantanéité et leur pertinence. « *La multiplication d'arènes de débats et de mise en visibilité du mouvement ont définitivement supplanté les espaces traditionnels d'expression politique, privant les élus de leur traditionnelle capacité d'intervention tout en libérant la parole populaire. Celle-ci a parfois dessiné en creux des modèles alternatifs fondés sur une vision quelque peu irénique d'un futur incertain* » (Daniel, 2009)

Suivant le principe classique de réseaux communautaires, les consommations des médias et les usages des TIC présentent une forme et un contenu très homogènes de mobilisations fondées sur des acteurs et des revendications très hétérogènes. La dynamique du *Liyannaj* structure les divers Collectifs et leur permet d'organiser la contestation.

Les appropriations identitaires en vue de mobilisations citoyennes mettent en jeu divers facteurs : une conscience de la différence culturelle à laquelle on est très fortement attaché (avec parfois pour les plus jeunes, la fierté d'être noir), une solidarité dormante qui s'exprime de manière conjoncturelle, une volonté de participation rapidement mobilisable grâce à l'existence de réseaux organisés autour d'un sentiment d'appartenance, un rejet global de la violence. Si des tentatives d'instrumentalisation de messages médiatisés provoquent des développements visibles dans l'espace public, eux-mêmes « récupérés » à leur tour par les forces en présence, ces derniers n'en restent pas moins limités en réalité.

Les mobilisations collectives antillaises portent une exigence de respect, de solidarité et de justice sociale. Plusieurs demandes s'en dégagent : la reconnaissance de l'histoire coloniale de la France, la visibilité culturelle et identitaire des minorités nationales, l'ouverture du débat public sur les exclusions et les discriminations. Cette critique du modèle français d'intégration s'inscrit dans une volonté de transformer le système. Elle se présente cependant, souvent de manière décalée entre les lieux de son expression et ceux de sa réception.

La fabrique de la « proximité » et de la « distance »

Lorsque les technologies rencontrent la mondialisation, elles ne signent pas la fin des cultures et des identités, elles contribuent à leur transformation. Une continuité du sens (idées, croyances, opinions, cultures, identités) prenant forme dans des espaces symboliques se substitue à la discontinuité des territoires et du temps évoluant dans des espaces physiques. Par le biais de processus industriels, on assiste alors à une nouvelle résonance des mobilisations socioculturelles et politiques, à la redéfinition des identités dans leurs rapports au sein des espaces dans lesquels elles sont en présence.

Facteur parmi d'autres des mutations sociales et institutionnelles, l'impact des TIC sur les réalités politiques et sociales est désormais admis. Plutôt que d'y observer l'action intrinsèque des technologies dans le sens du progrès des collectivités humaines, nous préférons voir dans les processus de communication mis en œuvre, un indicateur de nature à expliquer les mutations en cours au sein de nos sociétés en mouvement.

Du coup, s'interroger sur la place concrète des médias et des TIC dans les mobilisations collectives, soulève une autre question : comment repérer et caractériser les nouvelles formes collectives de traitement de l'information, d'implication, de participation et de mobilisation?

Ceci nous amène à conclure sur les nouvelles formes d'organisation, manières de faire-ensemble, d'envisager le collectif, de culture collaborative. L'innovation peut venir des périphéries dès lors que l'information officielle contrariée se voit supplantée par une parole populaire libérée qui propose de faire autre chose, de faire autrement pour mieux être à l'intérieur de son territoire. C'est un activiste de la coopération et du développement par le numérique qui nous le rappelle : « *il faut considérer la culture de collaboration comme un objectif permanent (vivre ensemble ?). Le paradoxe de notre société de l'information, c'est de vouloir fonctionner selon des paradigmes anciens qui font par exemple s'opposer culturellement [idéologiquement ?], les organismes financeurs internationaux pour le développement et les organisations non gouvernementales* » (Pimienta, 2011).

Bibliographie

DAGHMI F., PULVAR O., TOUMI F., 2010, « La réception au Maroc : pratiques des publics marocains », Actes du 17^{ème} Congrès de la SFSIC, *Au cœur et aux lisières des SIC*, Université de Bourgogne, Dijon, 23-26 juin, 14 p.

DANIEL J., 2009, « La crise sociale aux Antilles françaises », *EchoGéo* [En ligne], Sur le vif 2009, mis en ligne le 30 mars 2009, consulté le 17 février 2012. URL : <http://echogeo.revues.org/11117>.

GONZALEZ-QUIJANO Y., 2011, « Les « origines culturelles numériques » des révolutions arabes », document en ligne au format PDF, 11 p., <http://www.ceri-sciences-po.org>

LACOUR-ASTOL C., 2011, « Égypte et Tunisie : « Facebook ne crée pas la flamme » », janvier 2011, consulté le 10 janvier 2012. URL : <http://www.lefigaro.fr/international/2011/01/30/01003-20110130ARTFIG00138-egypte-et-tunisie-twitter-et-facebook-ne-creent-pas-la-flamme.php>

LAVENTURE L., (dir.), 2009, « La diaspora antillaise de France : son rôle dans la crise qui a secoué les DOM-TOM », *La révolution antillaise, Quelle place pour l'outre-mer dans la République ?*, Paris, Eyrolles, p.118-141.

PIMIANTA D., 2007, « Fracture numérique, fracture sociale, fracture paradigmatique », papier de recherche, traduit de l'espagnol par Anneflore Lemoulinier (Union Latine), 19 p. URL : http://www.rinoceros.org/IMG/pdf/fracture_paradigmatique.pdf

PIMIANTA D., 2011, « TIC, développement et coopération, quels enjeux ? », Table ronde 8^{ème} Forum des Arts numériques, *Rose des vents numériques*, Projet d'essaimage art numérique Afrique/Caraiibe, Projet UE-ACP d'appui aux industries culturelles des pays ACP Cultures, Kër Thossiane/OMDAC, Fort-de-France, 4-9 avril. URL : <http://www.ker-thossiane.org>

WATIN M., (dir.), 2001, *Communication et espace public. Univers créoles*, 1, Paris, Anthropos/Economica, 266 p.

Les réseaux sociaux et la parole des femmes tunisiennes entre espace de libération et exutoire virtuel

Zeineb Touati <touatibz@univ-lehavre.fr>

Département Information Communication – IUT du Havre. UMR IDEES/CIRTAI - Université du Havre

Les réseaux sociaux représentent aujourd'hui un espace important d'expression des femmes tunisiennes. Notre contribution consiste à présenter les principaux sujets débattus dans ces espaces et en quoi ils sont une forme d'échappatoire pour les femmes tunisiennes. Les blogs et les forums jouent le rôle d'un exutoire virtuel à défaut d'un espace d'expression réel et concret. Les femmes y trouvent une forme de libération de leur parole et pour certaines un moyen de lutte et d'engagement militant.

Introduction

La Tunisie a connu pendant la dernière décennie une explosion du nombre d'internautes et ce malgré la censure gouvernementale et le contrôle exercé sur les « Publinets ». En 2010, 13% de la population tunisienne est équipée en ordinateurs (avec environ 1,5 millions d'ordinateurs personnels utilisés) et en mai 2011 quatre millions de Tunisiens sont internautes (38% de la population)¹. Le pays compte aujourd'hui un peu plus de 2 millions de comptes *Facebook* avec environ 77% des profils composés par des internautes entre 16-34 ans². Internet et les réseaux sociaux notamment *Facebook* et *Twitter* deviennent incontournables comme moyen de distraction et surtout comme moyen d'information dans un pays où l'information des médias classiques étatiques et privés était fortement verrouillée. En effet, environ 58% des jeunes entre 18 et 29 ans utilisent souvent Internet pour s'informer. Les tunisiens nomment à hauteur de 36,9% Internet (*Facebook* et *Twitter*) et à hauteur de 25,9% les journaux électroniques et sites d'actualités comme supports médiatiques les plus souvent utilisés³. Par le biais des blogs et des forums, Internet offre d'autres usages et beaucoup d'alternatives aux internautes tunisiens. C'est justement aux blogs et aux forums de discussions que nous nous intéressons particulièrement dans cette contribution. A partir de l'analyse de contenu de blogs et de forums de discussion produits par des femmes tunisiennes en langue française (avec parfois une alternance avec l'arabe ou l'arabe dialectal), nous présenterons les principaux sujets traités et discutés par les femmes tunisiennes sur le web. Sur la base de quinze entretiens semi-directifs réalisés avec des internautes tunisiennes, nous montrerons comment l'usage des outils mis à disposition par le web transforme le discours sur le privé et change le rapport à l'intime et à la sexualité ainsi qu'à l'interdit social. Nous nous attacherons à montrer dans une dernière partie les changements de contenus et d'analyses qui peuvent s'opérer dans certains forums ou blogs en suivant l'actualité brûlante du pays et comment de simples blogueuses se transforment en militantes acharnées.

En l'absence de chiffres précis sur le nombre de blogs créés par des femmes tunisiennes et sur les forums de discussions qui leurs sont consacrés, nous nous limiterons dans cette contribution à l'analyse des contenus et usages qui émergent des quelques blogs et forums que nous avons suivis et aux témoignages des quinze internautes questionnées. En effet, il est très difficile de généraliser

¹ Source : les statistiques publiées par l'Agence Tunisienne d'Internet (ATI) : <http://www.ati.tn/> (régulièrement consulté). Dernière consultation en date le 13 janvier 2012. Selon la même source, il y a 12204 sites référencés, 667.348 comptes e-mail (le nombre peut paraître faible mais plusieurs internautes préfèrent déclarer des adresses à l'étranger en ouvrant des comptes e-mail).

² Les chiffres et taux présentés sont le fruit d'une veille régulière sur Check Facebook, <http://www.checkfacebook.com>. La dernière consultation le 8 janvier 2012 donne 2.181.320 utilisateurs dont 58,5% d'hommes et 41,5% de femmes. Les principales tranches d'âge des utilisateurs se répartissent comme suit : les 16-17 ans 9,7%, les 18-24 ans 38,7%, les 25-34 ans 29,1% et les 35-44ans 8,7%.

³ Source : ISTIS (Institut de Sondage et de Traitement de l'Information Statistique), Sondage d'opinion sur la situation politique et l'impact de la révolution sur les médias-presse, Tunis, avril, 2011. Disponible sur : <http://www.istis-tunisie.com/medias/rapport-situation-politique-media-presse.pdf>.

ou d'émettre des théories à partir d'un terrain d'étude limité essentiellement par l'absence de clarté dans le référencement des blogs et des forums. D'un côté, une majorité des blogueuses ne tiennent pas à se distinguer par rapport à la nationalité ou l'appartenance, nous avons pu en détecter quelques unes par le biais des détails parfois géographiques (noms d'endroits) ou culturels (détails sur des pratiques culturelles). De l'autre les forums les plus répandus dans lesquels nous trouvons des femmes tunisiennes ne leur sont pas forcément réservés parce qu'il s'agit de forums de femmes maghrébines ou de forums de discussion mixte pour des maghrébins.

Un espace de liberté et d'expression de l'intime

Une partie importante des échanges et écrits que nous relevons sont en étroite relation avec les tâches classiques qui incombent aux femmes dans le cadre d'une parfaite division des rôles sociaux masculins et féminins. En effet, les chatteuses échangent des recettes de cuisine, des astuces pour les diverses tâches de ménage, des conseils de beauté, etc. Les rubriques des forums s'articulent d'ailleurs autour de ces thématiques. Le forum « Club des femmes tunisiennes »¹ comporte dans l'ordre les rubriques suivantes : beauté, mode, santé, déco, travail, culture, mariage, grossesse et maternité. Ces rubriques et les échanges qu'elles entraînent ou provoquent ne sont pas différents de ceux que l'on pourrait retrouver dans d'autres forums féminins indépendamment des nationalités et des origines des membres. Dans certains de ces blogs, les tunisiennes racontent leur journée en mettant l'accent sur les tâches accomplies en tant que mère et épouse ainsi qu'au travail ou à l'université². Elles relatent le quotidien qu'elles agrémentent de quelques anecdotes ou pics sur la nonchalance du mari ou sur le « *caractère multitâches des tunisiennes qui devrait inspirer les fabricants d'électroménager* ». En décrivant leur quotidien, certaines soulèvent quelques problèmes que la « *société évite de voir* » comme le harcèlement ou les attouchements dont elles peuvent être victimes dans les transports publics. Elles donnent des détails qu'elles disent ne pas pouvoir révéler aux conjoints ou aux parents parce que gênants ou humiliants comme « *une sale journée qui commence par un obsédé qui m'éjacule dessus dans le bus* ». L'une des spécificités des blogs et forums c'est qu'ils offrent un espace d'expression et de liberté dans un contexte social régit avant tout par les tabous sociaux et les interdits religieux malgré une ouverture d'esprit affichée et une liberté de la femme politiquement instrumentalisée et médiatisée. Parmi les sujets les plus discutés, nous notons les débats autour de l'obligation de la virginité pré-nuptiale exigée par la religion musulmane et imposée par les familles et les normes sociales. Certaines jeunes remettent en question cette obligation, en témoignant de leurs expériences. Sur les forums, ce sujet ne manque pas de déclencher des polémiques et des réactions parfois violentes notamment de la part de quelques hommes invités. Dans les forums que nous avons suivis, toutes les intervenantes qui dénoncent « *une tradition d'un autre âge* » et « *l'expression de l'hypocrisie sociale* » sont toutes inscrites sous des pseudos. C'est aussi le cas des intervenantes qui parlent de rapports sexuels hors mariage ou encore d'avortement (pourtant légal en Tunisie). Les échanges se font essentiellement en langue française mais sont ponctués par des expressions en arabe ou en dialecte tunisien. Les internautes avec lesquelles nous nous sommes entretenues ont majoritairement exprimé la difficulté de parler ouvertement et en situation de face à face de ce type de sujets y compris dans la famille ou avec les amis. Elles précisent qu'elles peuvent toujours parler d'une façon générale de la virginité ou de la sexualité hors mariage avec des amis mais qu'il est inenvisageable d'aborder leurs propres expériences et de témoigner de leur vécu (notamment pour celles qui ont dû subir des opérations de reconstruction de l'hymen). La peur du jugement des autres et de leur regard réprobateur, la peur de l'exclusion des groupes d'amis parce qu'on a transgressé l'un des tabous les plus sacrés érigé comme un symbole social et religieux prime sur le besoin de s'exprimer et d'extérioriser des émotions ou de la peine. Celle que nous appellerons Héla considère que « *les forums sont une bouffée d'air qui permet de respirer et de dégager ce*

¹ Le Club des femmes tunisiennes est un forum qui compte au 23/01/2012, 75 membres et 4427 visiteurs. Lien : <http://tunisiennes.oldiforum.com/index.php> (Dernière consultation le 23/01/2012).

² Sans pouvoir généraliser, nous précisons ici que dans les blogs et forums que nous avons consultés, il s'agit essentiellement d'étudiantes et de jeunes femmes cadres et cadres supérieurs.

qu'on a sur le cœur. J'avais besoin de parler de mon aventure et de l'avortement prévu, j'avais vraiment besoin d'une quelconque forme de soutien moral et je ne pouvais me retourner vers personne dans mon entourage. La seule échappatoire était un forum de discussion dans lequel d'autres filles ont déjà parlé de leurs expériences. Je voulais être aidée et soutenue, que quelqu'un me dise que je fais le bon choix et heureusement que certaines filles du forum m'ont répondu et ont pris le temps de discuter avec moi ». Une autre blogueuse confirme le rôle d'exutoire que remplit son blog « qui permet sous un pseudo délirant d'exprimer un mal-être profond que personne autour de moi ne remarque, ni ne comprend. Le fait de livrer régulièrement mes déboires me permet de ne pas les ressasser. A qui voulez-vous que j'en parle dans un entourage indifférent et dans une société qui te considère comme un fou si tu vas consulter un psy ? ». De l'aveu même de certaines internautes, les blogs et forums forment un moyen d'extériorisation important et remplacent dans une certaine mesure les liens sociaux classiques surtout lorsqu'il s'agit de parler d'expériences ou de problèmes qui relèvent ou se rapprochent des interdits sociaux et religieux. C'est ce qui nous amène à envisager un certain rôle de sociabilité assuré par les blogs et forums. Cette hypothèse avait déjà été soulevée et défendue par Hugon (2010), pour qui en remédiant à l'isolement, Internet permet de retrouver un sentiment d'appartenance à un collectif. Nous ne sommes nullement ici dans le discours sur le déclin de la sociabilité, mais nous envisageons plus le rôle des réseaux sociaux comme complémentaire avec les autres agents et moyens de sociabilité. Il permettrait de répondre à un manque de communication ou une impossibilité de dialogue et d'extériorisation avec ses proches ou ses relations à propos de thèmes ou de sujets tabous. A partir des témoignages recueillis, nous pensons que pour certaines femmes, qui disposent pourtant d'un réseau relationnel important et d'une solidarité familiale soutenue comme c'est le cas dans la société tunisienne, les réseaux sociaux et notamment les blogs et les forums de discussion permettent d'extérioriser une partie de l'intime que l'on ne pourrait pas divulguer aux proches par peur du jugement et du qu'en-dira-on. En effet, Internet et les réseaux sociaux bouleversent un peu la donne dans une société où les espaces public et privé sont fortement marqués et cloisonnés et où l'intime relève justement du privé qu'il faut, surtout lorsqu'il s'agit de propos ou de problèmes féminins et/ou relatifs aux femmes, traiter avec la plus grande discrétion et avec pudeur. Les règles qui régissent le quotidien ne seraient pas valables sur Internet qui devient une sorte d'exutoire sans freins ni tabous. « Internet serait une sorte d'espace social carnavalesque, où les individus pourraient s'affranchir des règles et des contraintes sociales habituelles, et jouer à oublier ou changer leur condition. » (Mercklé, 2010, p. 86). Internet est un lieu où on dévoile l'intime, « un espace extime » (Flichy, 2010). Un espace où sous couvert d'anonymat et de pseudos plus farfelus et délirants les uns que les autres, on peut confier les choses les plus intimes, y compris ce que la société considère comme les fautes les plus inavouables. Les blogs s'adaptent particulièrement à cette forme d'expression. En effet, « le blog permet, (...) d'utiliser des registres d'intervention qui mêlent expérience privée et expérience publique. Il privilégiera moins l'argument rationnel et mobilisera davantage l'émotion, le récit personnel ou simplement un angle d'analyse inédit. Ce mode d'expression est bien adapté dans les cas où l'audience est a priori restreinte. » (Flichy, 2010, p. 47).

Les blogs permettent donc le franchissement des frontières entre public et privé sans penser le faire parce qu'on dévoile son intimité sous couvert d'anonymat et qu'on a l'impression de s'adresser à un groupe restreint de contacts et de lecteurs (sans tenir compte de la reprise des textes, de leur transfert ou encore des invités qui ne sont pas membres des forums). Cette facilité naissante à parler de ses émotions, de dévoiler ses pensées et communiquer sur son vécu et ses expériences pourrait amener à une autre représentation de soi, de son corps et de son identité de femme. Nombreuses recherches ont prouvé le rôle des médias classiques dans la construction des représentations sociales (Moscovici, 1961). La combinaison médias, religion, politique et interactions sociales et symboliques a entraîné, dans la société tunisienne, l'évolution de certaines représentations sociales des femmes et l'émergence d'autres nouvelles (Touati, 2006). La confrontation avec des images médiatiques et d'autres représentations de la femme et du corps féminin couplée aux interactions sociales et symboliques est, entre autres, à l'origine de cette

évolution. C'est dans cette configuration que nous envisageons le rôle des réseaux sociaux et notamment les forums et les blogs dans une évolution des représentations de soi et de son identité de femme. Comme les médias classiques dont le rôle a déjà été attesté, les réseaux sociaux interviennent dans une certaine mesure dans la construction de l'image que l'on peut se faire de la femme. Ils permettent lors des échanges de confronter ses représentations, son imaginaire à d'autres sphères de référentiels et de pensées parfois différentes. Nous ne limitons nullement ici la construction des représentations sociales aux seuls réseaux sociaux mais nous proposons de les intégrer parmi les agents qui peuvent influencer nos représentations, notre image des rapports sociaux et des relations sociales et éventuellement les constructions identitaires soulevées par Mercklé. « *Il ne fait guère de doute que le développement d'Internet, de la communication de masse et des réseaux sociaux en ligne a pu sensiblement affecter les modes les plus contemporains d'articulation et de « coproduction » de l'intimité et de l'expressivité, des identités individuelles et des structures relationnelles* » (Mercklé, 2010, p. 90).

Du récit personnel à l'action militante

Les usages et les contenus des blogs et forums des femmes tunisiennes décrits ci-dessus évoluent et changent de nature et de contenu en fonction de l'évolution professionnelle et personnelle des blogueuses mais aussi en fonction du contexte social et politique qui ressort beaucoup dans leurs écrits. L'expérience des blogs et des échanges sur internet permet aussi à certaines femmes d'évoluer et de découvrir d'autres usages et d'autres horizons d'activité comme l'usage politique et ses multiples apports. Nous nous référons ici aux expériences de quelques blogueuses amatrices qui se sont transformées, au fil des années, des rencontres et/ou à force de subir censure et répression, en militantes et dissidentes pour s'avérer pendant la révolution tunisienne de 2011 comme des cyberactivistes acharnées. En effet, la révolution tunisienne ayant entraîné la chute du régime de Z. Ben Ali a été un contexte favorable à cette mutation. Nous prenons ici l'exemple de Lina Ben Mhenni¹, qui est passée de l'insouciance d'une jeune blogueuse amatrice à la tourmente de la lutte contre le régime du Président Ben Ali. Son blog créé en 2007 et intitulé « *Nightclubbeuse* »² contenant essentiellement des questions privées a été rebaptisé « *Tunisian girl* » et est devenu l'une des voix de la révolution. L'engagement de L. Ben Mhenni est venu progressivement au fil des contacts noués sur Internet mais aussi suite à plusieurs échanges lors du deuxième meeting des blogueurs arabes à Beyrouth. La confrontation des points de vue, des expériences mais aussi des aspirations et la prise de conscience du rôle que peuvent jouer les blogs et les réseaux sociaux a amené Lina comme d'autres blogueuses à s'engager dans des causes diverses et parfois mobiles ou transitoires pour rejoindre les nouvelles formes de militantisme électronique que Jacques Ion qualifie de « Post'it » (Ion, 1997). Un militantisme post'it parce qu'il n'est pas ancré dans l'espace et dans le temps et qu'il ne respecte pas les règles de l'engagement classique (notamment l'appartenance à une organisation pérenne et reconnue, la participation à l'expression d'un nous collectif et surtout l'inscription de l'engagement dans la durée). Avant même les débuts de la révolution tunisienne, le changement de nom du blog de L. Ben Mhenni s'est accompagné d'un nouveau contenu engagé. D'abord en 2008, elle y dénonce la cybercensure après l'avoir subie. Fin décembre 2008, en pleine attaque israélienne de la bande de Gaza, le blog dénonce les crimes israéliens. Elle y dénonce aussi la répression, par la police tunisienne, des manifestations de soutien au peuple palestinien et questionne l'attitude du régime tunisien. En février 2009, le blog est consacré à la médiatisation de la grève de la faim de cinq étudiants tunisiens exclus de l'université en raison de leur appartenance à l'Union Générale des Etudiants Tunisiens (UGET) fortement réprimé par le régime en place. Le blog attire l'attention de plusieurs ONG américaines qui reprennent cette cause et la défendent de façon plus officielle. L. Ben Mhenni a aussi utilisé son blog comme outil de mobilisation pour organiser, le 22 mai 2010, avec d'autres cyber-activistes une journée de lutte contre la censure qui a réuni, malgré la surveillance

¹ Enseignante à l'Université de Tunis. Blogueuse tunisienne qui a obtenu le Prix du Meilleur Blog 2011 lors de la septième édition du grand concours international des blog, les BOB's.

² « *Nightclubbeuse* » a été à un moment aussi intitulé « *Crazy thoughts* ».

et la répression policière, plusieurs centaines de blogueurs et de facebookeurs et des milliers de personnes mobilisées grâce à *Facebook* et les blogs.

L'immolation par le feu de Mohamed Bouazizi le 14 décembre 2010 à Sidi Bouzid¹ marque l'engagement de la blogueuse sur le terrain et l'utilisation concrète du blog au service de son engagement politique. Le blog se transforme en moyen d'information sur la répression policière qui n'était pas couverte par les médias classiques parce que la ville de Sidi Bouzid a été très quadrillée et interdite d'accès. Tout au long de la révolution et grâce aux multiples déplacements sur le terrain de la blogueuse, « *Tunisian girl* » va devenir la voix de la révolution et la source d'information des manifestants dans les autres villes du pays mais aussi de plusieurs médias classiques empêchés d'accéder au terrain et des chaînes de télévision étrangères comme *France24*.

Depuis la fin de la révolution, le blog, dont le ton est toujours aussi engagé, est passé à d'autres causes comme la dénonciation de la lenteur du gouvernement de transition ou de l'arrivée des islamistes d'*Ennahdha* au pouvoir à l'issue des élections du 23 octobre 2011.

Il est vrai que Ben Mhenni s'est distinguée dans la blogosphère, mais plusieurs autres blogueuses tunisiennes se sont découvert une âme de militante engagée tout au long de ce processus révolutionnaire et de la période de transition qui a suivie. Elles défendent majoritairement leur liberté et les acquis juridiques de la femme tunisienne qu'elles supposent menacés par l'arrivée des islamistes au pouvoir. D'autres causes les inspirent notamment la défense des familles des victimes de la révolution qui n'ont pas encore touché les indemnités promises par l'Etat ou la traque de la moindre expression des membres de l'ancien parti au pouvoir qui a été dissout depuis la chute du régime de Ben Ali.

Conclusion

Malgré leur nombre relativement faible, surtout en comparaison aux pages Facebook, les blogs et les forums des tunisiennes ou consacrés à la femme tunisienne offrent quelques spécificités notamment en terme de thèmes abordés et de contenu. La nature relativement conservatrice de la société, malgré des signes d'ouverture affichée, et le poids des traditions et de la religion limitent le champ d'expression publique des femmes quant à certains sujets notamment tous ceux qui relèvent de la sexualité et de l'intimité. Les blogs et les forums grâce à l'anonymat et à la distance qu'ils instaurent se transforment en un exutoire virtuel qui permet d'évacuer les tensions, les peurs du monde réel et l'expression de l'intime et du personnel. Certaines blogueuses qui avaient un usage parfaitement privé et désintéressé de l'outil ont évolué au fur et à mesure des événements politiques en militantes engagées qui s'expriment principalement sur les pages de leurs blogs. D'une intervention tous les deux ou trois jours, elles adoptent un usage quotidien, imitant les méthodes professionnelles qui nécessite une meilleure maîtrise de la technique mais aussi une documentation plus sérieuse sur les thèmes abordés. Toutefois, l'influence des blogs et des forums comme leur intervention dans le politique, le symbolique et l'identitaire restent limitées essentiellement parce qu'ils ne sont pas les principaux moyens mobilisés et que leur efficacité dépendent de l'expertise et de la culture des femmes qui les animent et les utilisent.

Bibliographie

BEN MHENNI L., 2011, *Tunisian Girl Blogueuse pour un printemps arabe*, Montpellier, Indigènes Editions, 32p.

FLICHY P., 2010, *Le sacre de l'amateur. Sociologie des passions ordinaires à l'ère numérique*, Paris, Seuil, 96p.

¹ C'est le facteur qui a déclenché une vague de contestation populaire réprimée dans le sang. Cette répression a embrasé le pays et a marqué le début du soulèvement populaire ayant entraîné la chute du régime de Ben Ali le 14 janvier 2011.

HUGON S., 2010, *Circumnavigations L'imaginaire du voyage dans l'expérience Internet*, Paris, CNRS Editions, 266p.

ION J., 1997, *La fin des militants ?*, Paris, Editions de l'Atelier, 124p.

MERCKLE P., 2011, *La sociologie des réseaux sociaux*, Paris, La Découverte, 125p. Collection Repères.

MOSCOVICI S., 1961, *La psychanalyse, son image, son public*, PUF, Paris, 506p.

TOUATI Z., 2006, *Communication et relations symboliques en Tunisie : les représentations sociales de la femme entre le politique, les médias, la culture et l'Islam*, Thèse de Doctorat en SIC, Université Stendhal, Grenoble.

AXE 4 :

Usages des publics et politique de l'offre des médias.

Les TIC entre servir et desservir les objectifs du module LC

Malika Abentak <abentak@gmail.com>

Université Ibn Zohr

Les TIC ont envahi tous les domaines. Leurs usages varient d'un secteur à l'autre. Les retombées de leurs utilisations sont relatives à leurs usages, aux attentes des responsables, des acteurs et des usagers. Dans ce sens, nous ambitionnons d'analyser l'impact de l'usage des TICE, l'ordinateur et l'Internet, sur l'atteinte des objectifs du module Langue et communication (LC) au sein de l'université Ibn Zohr d'Agadir. Quels usages font les étudiants de ces technologies ? Quelle est la nature de ces usagers ? Quelles attitudes adoptent les enseignants face à l'utilisation, par les étudiants, des TICE ?

La formation et l'éducation sont considérées, par le Maroc, comme la deuxième priorité nationale après l'intégrité territoriale. Les multiples réflexions menées pour réformer le système éducatif expliquent l'importance accordée à ce secteur, levier incontournable du développement national.

En 2000, la mise en application des préconisations de la Charte Nationale d'Education et de Formation (CNEF) démarre. Le bilan de cette mise en application est mitigé. Le diagnostic de la politique linguistique démontre l'existence d'anomalies à deux niveaux : celui de la langue d'enseignement et celui de l'enseignement des langues. La défaillance du niveau linguistique des étudiants constitue une pierre d'achoppement face à la réussite de la Réforme.

En 2003, la Réforme LMD (Licence, Master et Doctorat) préconise la mise en application des modules transversaux tels que l'informatique, les langues, la communication et la méthodologie du travail universitaire. Le Conseil Supérieur de l'Enseignement (CSE), organe idoine pour traiter la problématique des langues, insiste sur l'évolution des techniques d'apprentissage des langues, et sur la focalisation, dès le début de la scolarisation, de la compétence de lecture et d'écriture.

En vue d'accélérer la mise en application de la Réforme et pour rattraper les retards constatés dans certains domaines, le Plan d'Urgence sur quatre ans : 2009 – 2012 a été lancé. Parmi ses objectifs figure la modernisation de l'enseignement des langues afin d'en permettre une meilleure maîtrise.

L'innovation s'érige comme valeur positive. Programmes et projets incitant à la maîtrise des langues et à l'amélioration de la qualité de l'enseignement et de l'apprentissage via l'intégration pédagogique des TICE, se multiplient : le programme NAJAH, la création des Centres de Perfectionnement linguistique, le Programme GENIE Maroc (Généralisation des Technologies d'Information et de Communication (2006-2013), TICE et développement professionnel, Maroc numeric,...

Cependant, et en dépit de ces investissements colossaux, les enseignants de l'ensemble des établissements de l'université Ibn Zohr continuent à déplorer le niveau en langue française des étudiants.

Il semblerait que :

- l'introduction des cours de langue française à l'université pour consolider les connaissances linguistiques des étudiants ;
- l'enseignement des Techniques d'Expression et de Communication orale et écrite en vue de développer la compétence d'expression et de communication en langue française ;
- l'intégration des TICE, opportunité pour améliorer et moderniser les techniques d'enseignement et d'apprentissage et aussi pour individualiser l'enseignement en encourageant la démarche d'autoformation n'ont pas résolu totalement le problème de la maîtrise de la langue française à l'université.

Etant directement concernés par l'enseignement de cette langue, nous nous intéressons à la problématique suivante : quel est l'impact de l'usage des TICE par les étudiants de l'université Ibn Zohr sur l'amélioration de la langue française et donc sur l'atteinte des objectifs du module LC ?

La réponse à cette problématique passe nécessairement, à nos yeux, par d'autres interrogations : quels comportements adoptent les étudiants de cette université face aux TICE et plus particulièrement l'ordinateur et l'Internet : sont-ils de simples consommateurs passifs ou au contraire, des usagers actifs construisant leurs apprentissages à partir de besoins spécifiques ? Quels usages font-ils des TICE ? Comment reçoivent-ils l'information et comment la traitent-ils ? Pensent-ils que les TICE sont efficaces dans leurs processus d'apprentissage ? L'attitude et le comportement des enseignants face à l'usage des TICE, par les étudiants, encouragent-ils l'amélioration du niveau des étudiants en langue française ?

Méthodologie

Pour recueillir les témoignages de la cible, nous avons opté pour l'enquête par questionnaire. Le questionnaire a été administré, au cours du mois de décembre 2011, à 400 étudiants de l'université Ibn Zohr d'Agadir : Ecole Supérieure de Technologie d'Agadir (ESTA), Ecole Nationale des Sciences Appliquées (ENSA), Ecole Nationale de Commerce et de Gestion (ENCG), Faculté des Lettres et des Sciences Humaines (FLSH), Faculté des Sciences (FS), Faculté des Sciences Economiques, Juridiques et Sociales (FSEJS). Sur les quatre cent questionnaires distribués, nous n'avons récupéré que trois cent quatorze.

Le questionnaire élaboré s'est articulé autour de trois axes principaux : l'identification des questionnés, l'usage des TICE (ordinateur et Internet), les TICE et l'apprentissage

Les TICE : quels usages, quels usagers ?

D'après les résultats de cette étude, 97,8% des étudiants interrogés possèdent un ordinateur dont 83,8% dispose d'un ordinateur portable et 13,7% possède un ordinateur fixe. En revanche, 2,2% des étudiants interrogés déclarent ne pas disposer d'un ordinateur personnel et recourent au cybercafé.

29,6%, des étudiants enquêtés possèdent l'ordinateur depuis plus de quatre ans. Seul 19,7% s'est procuré cet outil depuis un an. Certains enquêtés se sont familiarisés avec cet outil par leur seule pratique. D'autres encore sont restés au stade de néophytes et ignorent les vertus et les écueils de cet outil. En fin, une minorité, excelle dans la maîtrise de ces technologies, vue la nature de sa formations technique : les ingénieurs. Leurs usages se démarquent largement des autres utilisateurs questionnés. Ainsi, ces usagers pratiquent la programmation et le développement informatique (55,5 %), L'infographie (11,1%). Ce sont des usagers productifs et actifs.

Le croisement des deux variables : « Diplôme préparé » et « type d'ordinateur » montre que la majorité des doctorants (91,7%), des ingénieurs (100 %), des étudiants du master (93,9) et de l'ENCG¹ (95,7) possède un ordinateur portable grâce à l'opération INJAZ qui figure parmi les projets phares du plan « Maroc Numeric 2013 » (2009-2013).

Avant l'apparition de l'Internet, les étudiants avaient l'habitude de chercher des ouvrages dans les bibliothèques ou de consulter des centres de documentations, ou des encyclopédies, ce qui nécessite un déplacement de la part de l'étudiant. Aujourd'hui, les notions de temps et d'espace sont totalement transformées avec l'utilisation des TICE. De plus, ces technologies ont aboli un grand nombre de contraintes liées à l'apprentissage : déplacement pour chercher l'information, rareté des sources, lenteur de la recherche, accès difficile à l'information, coût excessif,...

¹ Ecole Nationale de Commerce et de Gestion

Usages de l'ordinateur

Selon les résultats du questionnaire, le temps que les questionnés passent, quotidiennement devant l'ordinateur, est très variable. Il varie entre deux heures à quatre heures pour 43,6%, de quatre heures à six heures pour 36,6% et il dépasse huit heures pour 1.6%.

Les motivations des étudiants à l'usage de l'ordinateur sont diverses. 93.3% des interrogés affirme que la connexion à Internet reste la principale utilisation. Par ailleurs, 79.6 % des étudiants confirme que la recherche du divertissement constitue la première motivation de leur usage de l'ordinateur (écouter de la musique, voir des films, jouer...etc.). 70,7% des étudiants ont recours à cet outil pour préparer des présentations Power Point. 60.8% l'utilise pour le traitement de texte. En dernier lieu, l'ordinateur est utilisé pour préparer des tableaux Excel (40.8%) ou pour lire des encyclopédies sur CD-ROM (37.6%). A la lumière de ces données, il semble que la connexion à l'Internet et la recherche du divertissement constituent la principale occupation de ces usagers.

Usage de l'Internet

Si l'ensemble de l'échantillon est quotidiennement connecté à l'Internet, le temps consacré à ce média varie. Ainsi, la durée de connexion est de six à huit heures pour 50 % des doctorants. Elle est de quatre à six heures pour 40 % des ingénieurs. Et elle est de deux à quatre heures pour 48,5 % des étudiants du master.

Bien que les enquêtés soient quotidiennement connectés, leurs usages ne sont pas forcément liés aux études. La communication avec des amis constitue la principale utilisation (72.3%). L'usage de l'Internet comme outil de recherche vient en deuxième lieu (70.1%). En troisième lieu, se place le téléchargement des cours (60.5%). L'utilisation de l'Internet comme moyen de divertissement (télécharger des films, de la musique...) occupe la quatrième place (44,3%).

En résumé, l'ordinateur et l'Internet sont beaucoup plus utilisés comme un moyen d'accès multimédia au divertissement (79,6 % pour l'ordinateur et 44,3 % pour l'Internet), et à la communication (72,3 %) plutôt que comme outil de travail indispensable à l'apprentissage.

Les TICE ont leurs avantages, leurs inconvénients et leurs limites. Comment les enquêtés qualifient-ils l'utilisation de l'ordinateur et de l'Internet dans leurs processus d'apprentissage ? Quels sont les impacts de cette utilisation sur leur niveau linguistique ?

Les TICE : quels impacts sur le module LC ?

L'objectif du module LC est de doter les étudiants de compétences linguistiques, communicationnelles et de la méthodologie nécessaire à la structuration de la pensée et à la poursuite de l'ensemble des cours de spécialité dispensés en langue française. Cet enseignement permettrait donc aux apprenants de mieux lire, de bien comprendre en vue de produire un discours, oral et écrit, structuré lisible et cohérente. Quelle est donc la langue d'usage dominant quand les étudiants ont recours aux TICE ? Comment pratiquent-ils la lecture numérique ? Quel processus suivent-ils lors de leurs productions écrites ?

Langue d'usage dominante

La langue d'usage dominante est la langue française (90.1 %). La dominance de la langue française s'explique, en partie, par l'usage que font ces étudiants des TICE. En effet, 70, 1% utilisent l'Internet pour faire des recherches et 60, 5 % l'utilisent pour télécharger des cours. Ces deux principales utilisations sont en rapport avec leur enseignement qui est dispensé en général en langue française.

La langue française est usitée aussi pour chatter. 74,2 % de ces internautes reconnaît que pour écrire « ils ont recours à des abréviations et qu'ils ne se soucient guère de la correction de la langue française ». D'autres avouent que derrière la fameuse litanie « l'important est de se faire

comprendre », se cachent des incorrections morphologiques et syntaxiques et une peur du jugement de l'autre. Ces usagers persistent à réduire et à violer les règles de la langue d'usage et, à contrario, à incriminer ces technologies, qui selon eux, rudoient la langue.

L'anglais est la deuxième langue utilisée avec un pourcentage de 17,2 et l'arabe, langue nationale du pays, est placée en troisième lieu avec un pourcentage de 16,6. Les usagers de la langue anglaise sont principalement les doctorants (50 %) et les ingénieurs (20%) du fait que la documentation, surtout scientifique et technique, est disponible généralement en langue anglaise.

Il est à préciser que le chat se fait aussi en langue anglaise (77,8%) et en langue arabe (67,3%). Ces deux langues subissent le même traitement d'appauvrissement. Cependant, seule l'analyse de la pratique de la lecture numérique et de l'écriture par le biais du clavier nous permettront d'éclaircir le rapport entre l'usage des TICE et la maîtrise de la langue française.

3. 2. Pratique de la lecture

Le document numérique a « usurpé » la place du document papier. Il a envahi les centres de documentation, les universités et les domiciles. Son ubiquité a métamorphosé les modalités d'accès au savoir, a développé d'autres usages des documents numériques et d'autres pratiques de lecture différentes de celles du document papier.

83,3 % des enquêtés est accroché par les TIC et pratique la lecture sur écran et lui consacre quotidiennement 2 à 4 h (43,6 %), 4 à 6 h (36,6 %). Seul 11,8 % des enquêtés déclare ne pas pratiquer la lecture numérique.

Les pratiques, en langue française, des lecteurs sur écran se présentent comme ainsi : la lecture des cours téléchargés (63,7 %) vient en première place, suivie de la lecture des articles avec un pourcentage de 44,6 %, la fréquence de la lecture du courrier électronique est de 40,1%. Les revues et magazines (36,9 %), les livres téléchargés (36,3 %) sont aussi lus. Cette lecture numérique est qualifiée de pratique par 55,7 % et de difficile, par 38,9 % des questionnés. Ces derniers la considèrent comme « fatigante », « nuisible aux yeux » et « non attractive ».

Suite à ces raisons, 50 % de l'échantillon pratique le copier / coller, 8,9 % se contente d'une lecture simple sans prise de notes ou encore de l'enregistrement de la page. Uniquement 43,6 % pratique une prise de notes. Cette dernière, a toujours été considérée et reste encore considérée par la majorité des étudiants comme fastidieuse. C'est un exercice qui fait appel à plusieurs aptitudes que les étudiants ne maîtrisent pas (ABENTAK, 2002). Cette technique n'est pratiquée que par les usagers engagés dans la recherche scientifique : doctorants et étudiants du Master.

En effet, le croisement des variables « Pratique de lecture numérique » et « Diplôme préparé » a révélé les pourcentages suivants : la prise de notes est pratiquée par 75% des thésards ; 51 % des étudiants du master et 48 % des Ingénieurs. Le copier / coller est plutôt fréquent chez les étudiants du premier cycle : 57,1 des étudiants préparant le DEUG et 51,7 de ceux préparant un DUT.

Le comportement passif de certains usages enquêtés trouve son explication dans le manque de techniques susceptibles de leur permettre une meilleure exploitation de ces ressources et aussi au manque d'une formation pratique à la méthodologie de recherche documentaire, soit au niveau de l'exploitation des documents papiers ou des supports numériques. Même si une minorité aurait une connaissance superficielle des techniques de recherche documentaire (repères cognitifs et conceptuel) issues de leurs recherches antérieurs et de leurs pratiques des documents papiers, celles-ci ne seraient pas totalement efficaces car le changement de support implique la modification des techniques et donc des repères (Bélisle, 2004).

Une autre difficulté relative à l'exploitation correcte des supports numériques réside dans le fait que cette lecture exige plus de concentration et des compétences de lecture relatives à « l'interaction avec l'information numérique, la maîtrise de différents logiciels et le recours à des liens hypertextes, ce qui exige un effort cognitif de construction de sens et surtout une vigilance face à la dispersion » (LIMAM et al, 2008, 346).

La lecture sur écran est considérée par 38,9 % comme étant difficile car elle demande plus de concentration et d'attention à cause « de son manque d'attractivité » et parce que, souvent, l'activation des liens hypertexte les désoriente dans les dédales de la surinformation et finissent par perdre l'objectif de leur lecture. Devant le flot de l'information qui leur est présenté, et en l'absence d'un schéma directeur indispensable pour une recherche structurée, organisée et orientée, ils se sentent insécurisés et incapables de déceler l'important de l'accessoire, le congru de l'incongru. Selon nos résultats, La pratique de la lecture intégrale et approfondie est loin d'être l'apanage des ces usagers obnubilés par la surabondance d'informations, jugées, « immaîtrisables » et souvent parasitées.

En dépit de toutes ces difficultés, ces jeunes lecteurs insécurisés par les supports numériques reconnaissent que la recherche du savoir via les supports papiers ne constitue pas, dans leurs pratiques d'apprentissage, un complément des supports numériques. La lecture des livres se fait elle aussi via l'Internet pour 36,3 % des enquêtés. Le téléchargement des cours, la recherche via l'Internet domine chez les deux sexes : 88,4 % des femmes contre 86,2 % des hommes.

Face à ces pratiques, il devient facile de deviner, en l'absence de formation à l'usage scientifique et pédagogique des supports numériques, l'impact de cette lecture sur l'amélioration de la compétence de lecture et du renforcement des aptitudes linguistiques des étudiants.

Pratique de l'écriture

Si 87,3 % des enquêtés reconnaissent pratiquer la lecture numérique, seul 73,9 % utilise le clavier pour écrire. L'utilisation du clavier est responsable, selon 52,2% des questionnés de la diminution de leur fréquence d'écriture à cause de leur recours dans 50 % des cas au copier/coller ou à l'enregistrement de la page web.

Cette pratique du copier /coller est très répandue quand les étudiants sont amenés à réaliser des exposés. En effet, le croisement de la variable « pratique de la lecture » et de la variable « exigence de l'enseignant » montre que 57,3 % du public touché par notre enquête a recours à cette « technique » lors de la préparation des exposés. Notre observation des pratiques des étudiants montre que même les étudiants destinataires de ces exposés ne prennent plus de notes en classe, mais se contentent de demander à ceux qui ont exposé de leur remettre le contenu sur la clé USB ou de le leur envoyer, par fichier électronique.

L'influence de ces TICE ne s'arrête pas à ce niveau. Le recours aux présentations power point avec vidéo projecteur, pousse les étudiants à avoir recours à des phrases courtes sous forme d'une énumération et à éviter la rédaction des paragraphes.

La lecture numérique et l'écriture via le clavier, telles que pratiquées par les enquêtés, semblent desservir les objectifs du module LC. En effet, selon 43,6 % de ces usagers, les TICE favorisent la passivité de l'utilisateur dans le sens où il ne fait plus attention ni au style de rédaction, ni à la ponctuation, non plus à la correction de la langue en général. L'utilisation du clavier pour écrire entrave, selon 42,7 des enquêtés, le développement de l'autonomie chez l'utilisateur. Ce dernier devient dépendant du correcteur automatique. Face à ce comportement des usagers des TICE, nous nous interrogeons sur l'attitude adoptée par les enseignants.

L'usage des TICE et l'attitude des enseignants : quelles relations ?

Il est évidemment prétentieux de répondre de façon déterminée à cette question. Il s'agit donc de dévoiler, d'une part l'attitude des enseignants par rapport à l'utilisation des TIC et, d'autre part le niveau de leur exigence.

L'usage des TICE engendre des pratiques particulières dans le domaine de la sélection, de la collecte, de la gestion de l'information et des pratiques de communication. Les enseignants sont certainement conscients des points positifs des TICE, mais restent soucieux de leurs impacts

négatifs soit au niveau de l'apprentissage des étudiants ou même au niveau du nouvel emplacement de l'enseignant. La tendance est à la transformation de son rôle qui passe du rôle de dépositaire unique du savoir, à celui d'orienteur des étudiants vers la découverte.

Malgré tous les soucis des enseignants, 74,8 % d'entre eux choisissent d'encourager l'usage des TICE par les étudiants, surtout que ces dernières sont devenues, selon les enquêtés, indispensables à l'apprentissage. Selon 77,4% des étudiants, l'usage de l'Internet contribue à l'amélioration de leur apprentissage notamment au niveau de la recherche de l'information (56,4%) et au niveau de l'utilisation du logiciel power point (70,7%).

L'exigence des enseignants se situe, selon 82,8% des sondés, au niveau de la qualité des informations dont la source est Internet plutôt qu'au niveau de la quantité (15,8%) car, selon les enquêtés, toutes les informations puisées de l'Internet ne sont pas toujours fiables. L'exigence des enseignants au niveau du style de rédaction n'est mentionnée que par 28,7% des questionnés. L'exigence au niveau du plagiat n'est mentionnée que par 10,8 % des enquêtés.

Selon 57,3 % des sondés les enseignants sont plutôt exigeant au niveau de la qualité des informations des exposés, alors que seul 19,7 % avance que les enseignants sont aussi exigeants au niveau des mémoires et des travaux de recherche.

L'exigence des enseignants vis à vis de tous les travaux des étudiants devrait se situer à tous les niveaux : la forme et le contenu, la qualité et la quantité. En agissant ainsi, les enseignants vont faire prendre conscience à l'étudiant que « la connaissance doit être établie, construite, mesurée à l'aune du raisonnement (...) La connaissance est toujours une enquête, elle résulte d'un effort (...), d'une hypothèse vérifiée (validée ou invalidée) mais jamais d'une séduction instantanée. » (PORCHER, 2009, 223). L'honnêteté intellectuelle et l'éthique devraient s'ériger comme valeurs à honorer par l'ensemble des étudiants.

Conclusion

L'usage que les sondées font des TICE desservent la langue française et donc les objectifs du module LC. L'introduction des TICE dans l'enseignement universitaire semble ne pas focaliser une pratique adéquate de la lecture et de l'écriture. La passivité des étudiants, le manque d'exigence de la part de certains enseignants rend l'usage des TICE très limité et très limitant. Il est important de reconnaître que ces technologies « ne portent pas en elles de façon intrinsèque et innée un quelconque pouvoir d'amélioration, autosuffisant, auto prescripteur de bonnes pratiques » (PLNEDE-WOJCIECHOWSKI, 2008).

Le bon usage des TICE en vue de l'améliorer du niveau en langue française des étudiants et de leur apprentissage en général, suppose :

- La maîtrise de l'informatique (ordinateur, l'Internet, ...) ;
- la manipulation des logiciels et moteurs de recherche ;
- la connaissance de la méthodologie de recherche de l'information ;
- la maîtrise de la langue d'usage, le français, langue d'enseignement à l'université marocaine.
- une exigence de l'ensemble des enseignants au niveau de la forme, du contenu, de la quantité et de la qualité des informations. Ce ne sont pas uniquement les enseignants du module LC qui sont responsables de l'amélioration des compétences linguistiques des étudiants, mais la question concerne l'ensemble des enseignants de toutes les matières ;
- l'honnêteté intellectuelle des étudiants ;
- la formation des étudiants à l'esprit critique ;
- la responsabilisation et l'autonomie des étudiants.

Les programmes développés pour intégrer les TICE dans l'enseignement ont assuré l'équipement des établissements d'enseignement d'ordinateurs et de la connexion Internet, et ont permis, à un

grand nombre d'étudiants, de se procurer un ordinateur portable et d'être connecté. Mais pourquoi ces programmes n'ont pas assuré une formation efficace et efficiente des étudiants, à l'usage réfléchi des TICE ? Et pourquoi la formation des enseignants à l'usage des TICE n'a pas été généralisée ?

Bibliographie

Actes du Colloque international des Sciences de l'information et de la Communication, Tunis 17-18 et 19 avril 2008, Interagir et transmettre ; quelles valeurs, quelles valorisation ?, 891p.

LEBRUN M., 2005, *La formation des enseignants aux TIC : allier pédagogie et innovation*. Institut de Pédagogie universitaire et des Multimédias (IPM) Université catholique de Louvain (Belgique)- http://www.ritpu.org/IMG/pdf/ritpu0101_lebrun.pdf (consulté le 2 janvier 2012).

MBACKE S., CHEIKH GUEYE S., 2002. *Les nouvelles technologies de l'information et de la communication et le système éducatif*
[http://www.unrisd.org/unrisd/website/document.nsf/d2a23ad2d50cb2a280256eb300385855/59eebbfe2d150adec1256bdb0050d69d/\\$FILE/seck.pdf](http://www.unrisd.org/unrisd/website/document.nsf/d2a23ad2d50cb2a280256eb300385855/59eebbfe2d150adec1256bdb0050d69d/$FILE/seck.pdf) (consulté le 2 Janvier2012).

Perreault N., 2005, *Rôle et impact des TIC sur l'enseignement et l'apprentissage au collégial* – http://www.cdc.qc.ca/.../perreault_typologie_TIC_partiel_ped_coll_16_3_ (consulté le 20 décembre 2011).

PORCHER L., 2009, *L'éducation comparée : Pour aujourd'hui et pour demain*, Paris, L'Harmattan, 284.

TRAORE D., 2008, *Quel avenir pour l'usage pédagogique des TIC en Afrique subsaharienne? Cas de cinq pays membres du ROCARE*. In K. Toure, T.M.S. Tchombe, & T. Karsenti (Eds.), *ICT and Changing Mindsets in Education*. Bamenda, Cameroon: Langaa; Bamako, Mali: ERNWACA / ROCARE. www.rocare.org/ChangingMindsets/.../ch13-ICTandChangingMindse (consulté le 14 décembre 2011).

Quels usages des blogs dans la crise antillaise de 2009 ? Interroger le rôle des publics dans la production de l'information

Nathalie Almar <nalmar@martinique.univ-ag.fr>

Université Antilles Guyane, Centre de Recherche sur les Pouvoirs Locaux dans la Caraïbe, (UMR 8053 du CNRS)

Cet article s'intéresse au rôle grandissant des publics dans le processus de production de l'information. Les blogs illustrent ce phénomène en offrant la possibilité à des amateurs de traiter et de diffuser l'information au même titre que les journalistes dits « professionnels ». Nous nous sommes intéressée au traitement de la crise antillaise de 2009 par ces nouveaux acteurs. Quelles sont leurs pratiques dans le traitement de l'information ? Quel positionnement adoptent-ils au sein de l'espace médiatique ? Quelles relations entretiennent-ils avec les médias traditionnels ? Le développement des blogs ravive également les débats quant à l'identité du groupe professionnel des journalistes. Nous verrons alors comment les « producteurs-amateurs » de l'information légitiment leur place et participent à la redéfinition de l'espace médiatique aux Antilles.

En février 2009, une crise sans précédent éclate dans les Antilles françaises. Le système économique de l'île est bloqué pendant plusieurs mois par un conflit mêlant revendications économiques et identitaires. Cet événement qui s'impose aux médias par son ampleur est un sujet sensible, difficile à traiter car il réveille les fantômes de l'esclavage et implique également plusieurs personnalités importantes de l'île. Nous nous sommes intéressée au traitement de la crise par les blogs d'information. Le projet en effet était d'observer le traitement de l'actualité par des acteurs de l'information distincts des médias dits « classiques » et d'interroger ainsi la place des blogs dans le paysage médiatique antillais.

Blogs d'information et médias traditionnels : quelles relations ?

Les premiers blogs naissent en 1997. Olivier Ertzscheid en donne une définition : « Un blog est une page personnelle généralement alimentée par un seul individu et constituée de courts messages affichés et archivés automatiquement » (Ertzscheid, 2008 : 8). Dès 2004, ce nouveau dispositif connaît un essor considérable¹ qui va le placer au centre de toutes les attentions. Les blogueurs s'illustrent par leur diversité : amateurs passionnés, adolescents, voyageurs (etc.) mais aussi tout un ensemble de professions comme les consultants, les hommes politiques et journalistes etc.

L'usage des blogs par de nouveaux acteurs pour traiter et diffuser l'actualité va provoquer des inquiétudes auprès de la sphère des journalistes professionnels. Ces blogs suscitent également la réflexion quant aux modèles de production de l'information où la figure du journaliste professionnel était jusqu'alors centrale, les publics et les sources étant rejetés à la périphérie du processus (Ruellan, 2007 : 6). L'apparition des blogs d'information invite à « s'affranchir du médiacentrisme » et interroge le rôle grandissant des publics dans la production de l'information.

Ce phénomène s'inscrit dans la continuité des pratiques des médias traditionnels (la presse audiovisuelle puis la presse magazine spécialisée) qui depuis la fin des années 80 offrent une place aux publics et les incitent à apporter des témoignages (Ruellan, 2007, p.2). Puis, avec le développement des enregistreurs vidéo et appareils photo sur les téléphones mobiles, les publics deviennent de véritables « reporters amateurs ». Les médias traditionnels traitent alors ces contenus pour constituer, illustrer, appuyer des productions médiatiques « légitimes ». Une relation d'inter-dépendance s'installe entre le groupe des journalistes et des publics-sources/reporters-amateurs.

Parallèlement au développement de ces nouvelles pratiques de traitement des « contenus amateurs », des dispositifs indépendants naissent. Dès lors, les frontières entre sources,

¹ Entre 2004 et 2006, les blogs sont passés de 1,6 million à 26 millions dans le monde. Source : *Réseaux* 24/138, *Les blogs*

producteurs d'information, publics sont affaiblies, laissant place à l'utopie d'une communication « désintermédiée » (Tredan, 2007). Dans l'imaginaire social en effet, les blogs illustrent le refus de la monopolisation de l'information par les médias de masse. Ils permettent la libéralisation d'une parole profane dans l'espace public. (Cardon, Grandjon, 2003). Les bloggeurs légitiment ainsi leur action en se positionnant en contre-pouvoir ou un « 5^{ème} pouvoir », face aux médias traditionnels. La recherche d'une reconnaissance par ce groupe d'acteurs ravive alors la réflexion sur l'identité professionnelle du journalisme.

Le Réseau d'Etudes sur le Journalisme¹ (REJ) s'est intéressé à la diversité du journalisme. Ces chercheurs rompent avec la perception d'une vision unifiée de la profession qui aurait évolué pour s'intéresser à la « dispersion ». Le terme emprunté à Foucault (1969) permet de rendre compte des transformations dans les médias sans les ramener à l'idée d'extension ou de dilution du journalisme traditionnel. Il désigne l'ensemble des pratiques et de productions différenciées au sein d'une même « formation discursive »². Le journalisme est en « invention permanente ». Il se construit dans l'interaction de facteurs internes et externes propres à un contexte³.

Dès 2005, on qualifia de « journalisme citoyen », ou « participatif » ces nouvelles pratiques de l'information menées par des internautes non professionnels. Le *REJ* propose alors de penser à « l'ordinaire du journalisme » en référence à « l'ordinaire de la communication⁴ » de Michel de Certeau et Luce Giard (1983). Il s'agit de s'intéresser « aux gens communs qui se saisissent d'outils de production et de diffusion d'information, dont on ne sait s'ils agissent en référence au journalisme, dont on ne perçoit pas bien les intentions »⁵, mais aussi aux publics des productions ordinaires à leur nature et à la circularité de leur position⁶. Dans ce cadre, Florence Le Cam analyse l'évolution des frontières de la profession de journaliste dans les relations qui se développent entre le groupe professionnel et les animateurs des « current events blogs⁷ » aux Etats Unis (Le Cam, 2006). En 2005, un premier animateur de blog obtient un « laisser-passer » pour la Maison Blanche. D'autres ont leur place dans les avions de campagne électorale, tout comme les journalistes. En outre, dans une affaire judiciaire opposant *Apple* à des « current events blogs », la Cour de Californie accorde aux animateurs de weblog et aux webmestres le droit à la protection des sources, un droit identique à celui des médias traditionnels. Aux Etats-Unis, les animateurs de blogs portent sur la place publique la question de l'expertise, du titre de journaliste et de l'évolution de la profession. Ils obtiennent une reconnaissance officielle de leur statut de journaliste.

Qu'en est-il dans le contexte antillais ? L'analyse des usages des blogs d'information dans le cadre de la crise antillaise de 2009 nous permet de questionner les pratiques informationnelles mais aussi les relations entre les médias traditionnels et les nouveaux acteurs de l'information en ligne. Quels sont leurs rapports ? Leur positionnement au sein de l'espace médiatique ? Il s'agit alors d'observer comment se « négocient » les frontières entre l'ensemble des acteurs de la sphère médiatique.

Le traitement de la crise antillaise par les blogs

Pour mener à bien notre projet de recherche, nous avons délimité notre corpus autour d'un événement particulier qui constitue pour certains le détonateur de la crise antillaise ou du moins de

¹ Voir à ce sujet RINGOOT R, UTARD M (dir.), 2005 ; AUGHEY D., DEMERS F., TETU J.-F. (dir), 2008

² La « formation discursive » (Foucault, 1969) catégorise une discipline produisant un certain type de discours : le journalisme, la littérature, la publicité.

³ Voir ALMAR N, 2007

⁴ Certeau et L. Giard (1983) définissent la production culturelle ordinaire par opposition aux industries de masse : « L'une tend vers l'homogénéisation (...) L'autre cache unediversité fondamentale des situations, des intérêts, des contextes de culture ou de psychologie (...) »

⁵ Source : <http://reseau-etudes-journalisme.com/?pageid=27>

⁶ Le programme s'est également penché sur les genres, sur les stratégies discursives en cours au sein de ces supports d'information. Les travaux menés par le *REJ* sur l'ordinaire du journalisme ont donné lieu à un dossier de la revue *Communication et langages*, n° 165, 2010, « Journalistes et citoyens : qui parle ? »

⁷ Blogs traitant l'actualité

l'étendue du mouvement de la Guadeloupe à la Martinique. Il s'agit de la diffusion en France métropolitaine le 30 janvier 2009 par *Canal +* du reportage *Les Derniers maîtres de la Martinique* et de l'annonce de sa programmation en Martinique le 6 février.

Pour rappel, ce reportage polémique s'intéresse à la communauté « béké », présentée comme les héritiers blancs des premiers colons, et qui se sont installés en Martinique avant la révolution française. Dès la diffusion du reportage dans l'Hexagone, les discussions naissent sur Internet. L'annonce de l'annulation probable de sa diffusion en Martinique et en Guadeloupe alimente à nouveau les discussions.

Nos requêtes documentaires menées à partir d'un moteur de recherche spécifique aux blogs, nous ont permis de constituer un corpus¹, qui s'illustre par sa diversité : des blogs généralistes aux blogs thématiques, des fonctionnements collaboratifs (les internautes font l'information) aux rédactions bien identifiées, des auteurs collectifs ou individuels, journalistes professionnels ou amateurs.

Toutefois, en analysant les discours que les blogs produisent sur eux-mêmes, nous pouvons repérer des points communs. Ils concernent les propriétés de ces discours. Cette parole « ordinaire » est avant tout une parole engagée. Ce sont en effet en partie des acteurs de la promotion de la culture caribéenne, qui réagissent à la diffusion de ce reportage. *Gens de la Caraïbe* se donne pour mission de « valoriser et promouvoir les cultures des Caraïbes ». *Montraykréyol* de « diffuser les langues et des cultures créoles ». *Gwadayouth*, de « promouvoir la culture créolophone caribéenne dans le monde ». Le reportage qui soulève des questions identitaires s'impose dès lors au sein de l'espace public et est récupéré par les blogueurs.

C'est aussi une parole libre qui s'exprime au sein de ces sites. Et elle est affichée comme telle. Ainsi *Fwiyapin* s'adresse aux « gens qui ont des choses à dire haut et fort et sans concession ». *Montraykréyol* traite l'information « sous un angle lucide et moins politiquement correct ». *Gwadeloupe.com* se définit comme un site indépendant. La volonté de se démarquer des circuits traditionnels de l'information est affichée par ces acteurs du web. Nous nous sommes alors demandée comment se traduisait ce positionnement au sein des articles postés par les auteurs de blogs.

Une offre complémentaire aux médias traditionnels

Nos premiers résultats montrent que les blogs du corpus tenus par des journalistes professionnels s'inscrivent dans la continuité des médias généralistes traditionnels, et respectent les règles de la profession. C'est le cas notamment des deux blogs tenus par *Jean-Marc Morandini* et *François Xavier Guillerm (FXG)*. Jean-Marc Morandini est le premier à annoncer la diffusion de l'émission le 30 janvier 2009 dans l'Hexagone. Il propose alors un résumé du reportage. *FXG* annonce, lui, la diffusion pour le 6 février de l'émission aux Antilles². Le correspondant de *France Antilles* à Paris recoupe les sources et fait apparaître dans son article une pluralité de points de vue³ à propos des déclarations jugés racistes de Alain Huygues Despointes : « Dans les familles métissées, les enfants sont de couleurs différentes, il n'y a pas d'harmonie. Moi, je ne trouve pas ça bien. Nous (ndlr : les Békés), on a voulu préserver la race. » (...) « Les historiens ne parlent que des aspects négatifs de l'esclavage et c'est regrettable ».

Les blogs des deux journalistes professionnels tiennent alors un rôle complémentaire aux médias traditionnels. On observe en outre que des passerelles illustrant cette complémentarité se mettent en place :

¹ 8 sites encore actifs ont traité du reportage « Les Derniers maîtres de la Martinique » : *Gens de la Caraïbe*, *Montraykréyol*, *Bondamanjak*, *Fwiyapin*, *Gwadayouth*, *Gwadeloupe.com*, *Jean-Marc Morandini.com*, *Fxg-Caraïbes*.

² Article du 3 février 2009. Disponible sur : <http://www.fxgpariscaraïbe.com/article-27520586.html>

³ Plusieurs points de vue sont exprimés dans l'article de *FXG* : celui du délégué à l'Égalité des Chances des Français d'Outre-Mer qui demande des excuses publiques après les propos tenus par Alain Huygues Despointes, mais aussi les réactions des téléspectateurs sur le web. *FXG* donne aussi la parole à Alain Huygues Despointes qui se justifie et incrimine le journaliste qui a effectué le reportage. Le blog propose également une interview de Romain Bolzinger qui explique les conditions dans lesquelles il a réalisé le reportage.

- entre les blogs : *Gwadeloupe.com* et *Gens de la Caraïbes* renvoient les internautes vers l'interview réalisée par FXG du journaliste reporter, Romain Bolzinger.
- mais également entre les blogs et la presse : *Gens de la Caraïbe* propose des liens vers des articles du journal quotidien *France Antilles*.

Un positionnement en « contre-pouvoir »

Le corpus que nous avons constitué montre des dispositifs variés. Les blogs se différencient notamment par leur nature (généraliste ou thématique) et par le parcours de leur(s) animateur (s). Selon ces variables, leur positionnement n'est pas le même pour tous. Ainsi, c'est en contre-pouvoir que se positionnent *MontrayKréyol* et *Bondamanjak* au sein de l'espace public.

La diffusion du reportage le 30 janvier 2009 dans l'Hexagone lance le début de la polémique amplifiée par la rumeur d'une censure possible du documentaire aux Antilles.

Montray Kréyol annonce ainsi dans un article en date du 6 février que l'émission serait censurée et ne passerait pas aux Antilles, après décision de l'Etat Français. Il évoque aussi un lien sur Internet qui ne serait plus opérationnel. La censure aurait lieu à la fois au sein des médias classiques et en ligne. Face à ces « supposées » tentatives de censure, la rédaction offre un nouveau lien vers la vidéo avant même sa diffusion. Elle demande également aux internautes de faire circuler ce nouveau lien et propose des consignes pour pouvoir visionner la vidéo à partir du lien.

MontrayKréyol ne sera pas le seul site à proposer un lien vers la vidéo. *Bondamanjak* s'interroge le 3 février, à 18H19 : « Doit-on diffuser les deniers maîtres de la Martinique. ? ». Deux heures après, à 22H19, le même jour, soit 72H avant la diffusion prévue aux Antilles, il propose aux internautes « d'arrêter d'en parler » et de le visionner par le biais d'un lien sur le site.

Cette action de *Montraykréyol* et de *Bondamanjak* montre bien les spécificités des pratiques de l'information par les blogueurs. Les propriétés de l'Internet offrent à ces nouveaux acteurs une capacité de réactivité dont usent peu les médias traditionnels locaux qui fonctionnent encore selon le principe des rendez-vous fixes d'information. Mais au-delà des propriétés techniques du support¹, c'est le positionnement des blogueurs en « contre-pouvoir » ou 5ème pouvoir (Grilo, Pélissier, 2006) qui s'illustre ici.

Trois autres sites du corpus continueront à donner l'accès au reportage après sa diffusion qui a finalement eu lieu à la date prévue. Le 7 février, *Gwadayouth* dénonce encore la censure sur les sites Internet : des liens qui donnaient accès à la vidéo ne fonctionnent plus. La rédaction va même jusqu'à interpeller et provoquer les censeurs en proposant un lien qui ne pouvait plus apparemment être brisé.

Un rôle critique du journalisme

Après un positionnement clairement affiché de contre-pouvoir, les animateurs de blogs mais aussi les « commentateurs » adoptent un rôle critique. Les critiques concernent les pratiques professionnelles des médias locaux, le reportage diffusé et les pratiques journalistiques du reporter de Canal +.

La crise antillaise de 2009 a marqué les esprits. Elle a laissé toute une population en alerte et notamment les blogueurs (animateurs de blogs et commentateurs). Ainsi, dans un article du 16 janvier 2011 (soit deux années après les événements), *Gwadayouth* propose une vidéo des manifestants qui avaient envahi le conseil général au moment de la grève de 2009 pour « rétablir la vérité » : « Notre caméra était présente et, après presque 2 ans, nous jugeons opportun d'ajouter nos images à celles qui ont pu se créer dans l'inconscient collectif des absents qui attendent de la part des média de l'information et non de la propagande. ».

Cette vidéo sera suivie d'un lien vers un article posté par un « commentateur » pendant les événements 2009 et qui prend à partie les médias traditionnels : « Comment avez-vous pu laisser

¹ On note notamment que le journal quotidien *France Antilles* est aussi en ligne en Guadeloupe et en Martinique.

le 4^{ème} pouvoir (la presse) être la main du pouvoir politique ? N'avez-vous pas un minimum de déontologie ? Depuis le 16 décembre, c'est l'avenir du pays que vous relatez à travers vos informations. Un tel enjeu ne peut laisser personne indifférent. De ce fait, il n'y a rien de choquant à ce que vous affichiez un parti pris. Mais de grâce, éliminez la manipulation de votre arsenal, c'est insupportable. C'est aussi insultant pour notre intelligence. »

En rappelant aux journalistes professionnels les règles déontologiques, les blogueurs légitiment ainsi leur place au sein de l'espace public médiatique dont ils participent ainsi à la (re)définition. En effet, si les médias traditionnels échouent quant à leur mission, les blogueurs veillent et continuent à la mener.

Poursuivant cet objectif, *MontrayKréyol* met en garde les publics contre les informations passant dans les médias, remettant ainsi en cause les pratiques des médias traditionnels : « Il appartient à tous d'écouter, attentivement les déclarations des uns et des autres, particulièrement le LKP¹ et ses directives afin d'éviter la contamination mensongère, les contre-vérités, politiques ou partenariales qui gangrènent le paysage médiatique de la communication ». ²

Le reporter qui a mené le reportage pour *Canal +*, sera également pris à parti par les commentateurs. Il est qualifié de « pseudo-journaliste », de « journaliste débutant », voire de « journaliste de base » ou associé aux « jeunes rapaces en quête de carrière » aux « méthodes de bandit ». Sur le blog de *Jean-Marc Morandini*, un commentateur propose même des conseils aux journalistes pour faire du « vrai journalisme » : « faut vous aider, car apparemment vous ne savez pas trouver les informations vous-même. ³ ».

Les critiques du reportage par les animateurs de blog sont timides. Seul *Montraykréyol*⁴ adopte un positionnement fort : le reportage traduit, selon la rédaction, « l'expression de vérités d'apartheid sous administration française », des « faits racistes et criminels connus et maintes fois dénoncés par les Martiniquais, notamment par ceux revendiquant “Réparation” ». Les discussions des « commentateurs » laissent, elles, une large part à la critique du documentaire. On pense alors qu'il « joue sur l'émotion du nègre et vient à point pour détourner l'attention⁵ ». Il est qualifié d'« incomplet », de « caricatural ». Enfin, les blogueurs s'interrogent sur l'opportunité de ce reportage qui est diffusé le lendemain de la grande manifestation à Fort de France. N'est-ce pas là, une manipulation, un moyen d'« attiser le feu de la révolte ? »

Conclusion : vers une redéfinition de l'espace public médiatique

Ces travaux s'appuient sur le postulat de la place grandissante des publics dans le processus de production de l'information. La circularité de la position du public (sources-producteurs-publics) conduit à l'émergence de nouvelles pratiques de l'information. Au sein des blogs, les animateurs (journalistes professionnels ou amateurs), les publics-commentateurs ou simples lecteurs illustrent ce phénomène. Le schéma linéaire de la communication est remis en cause.

Des relations basées sur une mission en partie commune et la complémentarité de l'offre s'instaurent entre les nouveaux acteurs de l'information et le groupe de journalistes dits professionnels. En luttant contre la censure, en adoptant un rôle critique vis-à-vis des médias traditionnels, en leur rappelant les règles déontologiques de la profession, les blogueurs légitiment leur place au sein de l'espace public médiatique dont ils participent à la redéfinition.

¹ Le LKP (*Liyannaj kont pwofitasyon*) est le collectif d'organisations syndicales, associatives, politiques & culturelles qui a conduit le mouvement en Guadeloupe en 2009.

² Article du 11 février 2009

³ Cf. Intervention du 22.02.09, *Jean-Marc Morandini.com*

⁴ Article du 6 février 2009

⁵ Intervention du 04-02-09, *Bondamanjak*

Bibliographie

- ALMAR N., 2007, *Du journal papier au journal en ligne : diversité et mutation des pratiques journalistiques, Analyse comparative : La Réunion, Maurice, Madagascar*, Thèse de Doctorat, Simonin J. (dir), Université de la Réunion
- AUGEY D., DEMERS F., TETU J.-F (dir), 2008, *Figures du journalisme, Brésil, Bretagne, France, La Réunion, Mexique, Québec*, Presses de l'Université Laval
- CARDON, D., GRANJON, F., 2003 « Les mobilisations informationnelles dans le mouvement altermondialiste », Colloque *Les Mobilisations altermondialistes*, Paris
- CERTEAU (De) M., GIARD L., 1983, *L'ordinaire de la communication*, Rapport au ministère de la Culture, Dalloz
- ERTZSCHEID O., 2008, *Créer, trouver et exploiter les blogs*, ADBS Editions, Paris
- FOUCAULT M., 1969, *L'archéologie du savoir*, Gallimard, Paris
- GRILO M. R., PELISSIER N., 2006, « La blogosphère, un cinquième pouvoir ? Critique du journalisme et reconfiguration de l'espace public au Portugal », *Réseaux* vol 24, n°138, *Les blogs*, pp.159-184
- LE CAM F., 2006, « Etats-Unis : les weblogs d'actualité ravivent la question de l'identité journalistique », *Réseaux*, vol 24/138, *Les blogs*, pp.139-158
- RINGOOT R., UTARD J.-M (dir), 2005, *Le journalisme en invention : nouvelles pratiques, nouveaux acteurs*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes, coll Respublica
- RUELLAN D., 2007, « Penser le journalisme citoyen », *Cahier de recherche*, M@rsouin, Brest
- TREDAN O., 2007, « Le journalisme citoyen en ligne, un public réifié ? », *Hermès*, n °47, pp.115-122

Mobilisation sociale et Web 2.0 : le cas du Maroc

Abderrahmane Amsidder <amsidder@univ-ibnzohr.ac.ma>

Issam Toumi <issamtoumi@hotmail.com >

Farid Toumi <ftoumi@yahoo.fr>

Université Ibn Zohr Agadir (LARLANCO)

Le discours ayant accompagné les révolutions dans le monde arabe durant l'année 2011 met en exergue l'idée d'une « révolution par le numérique ». En témoigne l'utilisation à outrance dans les médias de masse ainsi que par les intellectuels de « cyber révolte », « révolution 2.0 » (Huyghe, 2011) ou encore « la révolution facebook » (El Oifi, 2011). En effet, le printemps arabe illustre le rôle joué par les réseaux sociaux en termes d'interaction et de coordination des actions des communautés du web 2.0 qui ont surpris bon nombre de régimes. Ces changements en cours, et dont le moteur principal est a priori le numérique, sont de nature à modifier notre vision du rôle des médias et des nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) dans le processus du changement et ou de mobilisation.

Les révolutions dans le monde arabe ont montré l'importance des usages des NTIC dans cette région du monde et ce malgré une fracture numérique visible : 24% de taux de pénétration du haut débit en Tunisie contre seulement 7.4% pour l'Egypte et 12% pour le Maroc.

C'est dans ce contexte que nous interrogerons le principe de mobilisation par les NTIC par une analyse des pratiques et usages de ces dernières par les jeunes marocains fortement mobilisés après les révolutions Tunisienne et Egyptienne. Ainsi, lors de ces événements, Twitter a enregistré une hausse du trafic en Afrique du Nord (Antheaume, 2011). Il convient de souligner à cet égard que cette hausse a eu, entre autres, pour conséquence la mobilisation du mouvement du 20 février 2011 au Maroc qui a réuni des centaines de milliers de personnes dans tout le Royaume réclamant des réformes en profondeur.

Peut-on voir en ces NTIC un vecteur de mobilisation au Maroc? ou bien s'agit-il là de la partie visible de l'iceberg ? Nous envisageons les NTIC comme des vecteurs de mobilisation participant de manière active dans le processus de mobilisation.

Dans notre contribution, nous nous intéresserons dans un premier temps aux contextes politique et numérique au Maroc puis nous retracerons, dans un deuxième temps, les pratiques et usages des NTIC par les jeunes marocains sur la base d'une enquête de terrain. En dernier lieu, nous nous intéresserons à l'analyse des facteurs d'un éventuel déplacement paradigmatique de l'information vers le numérique

Les contextes

Le contexte politique

En 2011, le Maghreb a été le théâtre de soulèvements populaires sans précédent contre des régimes « gérontocratique » (Kepel, 2011). Le printemps arabe a abouti à la chute du président « Ben Ali » en Tunisie, du colonel Kadhafi en Lybie et de Moubarak en Egypte. Dans le sillage de ces révolutions, nombreux pays ont été « secoués » par des mouvements de grogne populaires et surtout jeunes. Le Maroc en faisait partie.

Malgré un processus de réformes politiques et sociales, engagées dès la fin des années 90, le Maroc a essuyé une vague de contestations menée par le mouvement du 20 février 2011 dont les membres n'affichaient aucune étiquette politique, syndicale ni même associative.

Ce mouvement a été sous-estimé au départ et a été qualifié d'appartenir à une mouvance islamiste radicale ; celle de Cheik Abdeslam Yassine, mais les autorités changent vite de fusil d'épaule au vu de la tournure qu'ont prises les soulèvements en Egypte et en Lybie et surtout que le mouvement de contestation se renforce avec des revendications claires.

A l'initiative du Roi, une réforme constitutionnelle est lancée puis soumise à un référendum suivi des élections législatives fin Novembre 2011 dont les résultats sont favorables au parti islamiste « Justice et développement » (P.J.D). Dans la foulée, 3406 postes ont été créés et 25000 sont annoncés au titre de l'année 2012.

Le contexte numérique

Dès le début des années 80, le monopole public des télécommunications au Maroc présentait des défaillances caractérisées par l'obsolescence des infrastructures, une faible productivité du capital investi et surtout la manne financière qui en découle est utilisée pour compenser le déficit public. Ces défaillances ont eu pour conséquence la faiblesse de la télédensité au Maroc. Ceci marque l'échec de la politique publique dans la généralisation du réseau téléphonique fixe et donc de l'accès et du service universel pourtant visés par les plans triennal de 1978-1980 et quinquennal de 1981-1985.

Processus inéluctable d'ouverture

Les accords du GATT/OMC imposent au Maroc un nouveau mode de régulation des télécommunications plus libéral et ouvert à la concurrence des marchés. Le parlement adopte à cet égard la loi 24-96 en 1997 qui met fin au monopole de l'Etat et crée l'Agence nationale de régulation des télécommunications (ANRT).

Cette situation aboutit à l'entrée de nouveaux opérateurs sur le marché marocain de la téléphonie mobile, d'accès à internet et à la transmission des données. En effet, L'ANRT a lancé un premier appel d'offre international pour l'attribution d'une licence GSM (Global System for Mobile communication). Le choix du nouveau partenaire devait répondre à deux impératifs : disposer des moyens nécessaires pour développer le marché du mobile au Maroc ; acquérir la licence au juste prix (Bezzina 2001, Mezouaghi, 2005). L'opérateur Meditel répondait à ces exigences et gagne en 1999 la deuxième licence GSM suivi par Wana en 2009.

Si l'attribution des licences du mobile a rencontré un succès auprès des autorités marocaines de régulation, nous ne pouvons pas dire autant pour les licences de la téléphonie fixe pourtant primordial pour la diffusion d'internet haut débit. Ce marché se caractérise par un cahier de charges contraignant qui impose à l'opérateur le développement de son propre réseau.

Ce n'est qu'en 2004 que les termes du cahier de charge ont été modifiés en autorisant entre autres, l'accès des opérateurs privés aux réseaux de fibres optiques publics et en étendant le service universel à des activités à valeur ajoutée dont internet (Mezouaghi, 2005). Deux licences furent attribuées, la première en 2005 pour l'opérateur Méditel et l'autre en 2007 à la société Wana.

La véritable « fracture numérique »

La connexion du Maroc à la toile mondiale vient plus tard que les autres pays du Maghreb notamment la Tunisie et l'Algérie reliés respectivement en 1991 et en 1993. Ce retard s'explique par le choix des autorités marocaines d'associer les entreprises du secteur privé et d'en faire un levier du développement d'internet au Maroc contrairement à une politique interventionniste des Etats algérien et tunisien. Ainsi, en 2005 près de 130 fournisseurs d'accès partageaient le marché au Maroc. Cette structure du marché des services d'accès à internet est artificiellement atomisée (Mezouaghi, 2005) dans le sens où seuls Maroc Telecom, Maroc Connect et dans une moindre mesure des PME telles que Casanet, Azurenet se partagent le marché.

La diffusion d'internet au Maroc souffre d'autres contraintes telles que : la faiblesse de l'infrastructure technique et l'accès.

Sur un plan technique, la généralisation de l'accès à internet repose essentiellement sur les infrastructures en télécommunication dont dispose un pays. Or le nombre limité de lignes téléphoniques fixes freine le déploiement de l'accès internet large bande via des lignes ADSL et limite cet accès aux seules zones urbaines. Ainsi, en 2009, le Maroc compte seulement 479786 abonnés à internet sur une population de plus de 30 000 000 d'habitants enregistrant un taux de pénétration de 1.50% loin derrière la Tunisie qui enregistre un taux de pénétration de 4.03% (UIT,

2009). Cependant, l'accès universel à internet devient plus large si nous comptabilisons les clients de près de 3000 structures mutualisées (cybercafés, cyberspaces) que compte le Royaume. Ces faibles taux de pénétration des TIC mettent en exergue un autre problème plus global, celui des disparités régionales en termes d'accès et de service universel aux télécommunications. A cet égard et à titre d'illustration la région du Souss-Massa-Daraa est la plus touchée par ces inégalités car nous comptons 3036 localités dites « blanches » c'est-à-dire non desservies par aucun moyen de télécommunication. Le Maroc a donc œuvré, comme c'est le cas dans la majorité des pays en développement, plus dans le sens d'un accès universel que dans le sens d'un service universel. Comment dans ce contexte marqué par une fracture numérique avérée peut-on prétendre qu'internet et le web 2.0 ont des vertus mobilisatrices? Pour répondre à cette question, nous avons mené une enquête quantitative sur la commune d'Agadir en vue d'approcher les pratiques et usages du web par les habitants de cette ville.

Pratique et usage d'internet et des réseaux sociaux par les marocains : Le cas de la ville d'Agadir

Agadir : migration numérique ?

Le nombre d'internautes marocains en termes d'abonnement à un opérateur d'internet reste faible au vu des statistiques précitées. L'usage d'internet se trouve ainsi diminué à cause d'une faiblesse en infrastructure surtout dans le monde rural. Or, les résultats de l'enquête menée par nos soins auprès d'un échantillon de 500 personnes de la commune d'Agadir qui compte plus de 300 000 habitants montre que la migration vers le numérique est palpable car désormais ancrée dans le paysage médiatique de cette ville. En effet, 80% des personnes interrogées possèdent un ordinateur et utilisent internet à domicile quotidiennement contre seulement 20% des répondants qui se connectent depuis des structures mutualisées. Ces premiers résultats pointent du doigt cette disparité évoquée ci-dessus entre le milieu rural et le milieu urbain.

Les usages du Net

L'usage qui totalise le plus d'occurrences est la recherche d'information. Plus de 75% de l'échantillon interrogé déclarent utiliser le web en vue de chercher une information. Tout d'abord, les besoins en informations correspondent à la recherche d'actualité notamment régionales et nationales. Par ailleurs, des sites nationaux dédiés à cet effet se sont développés. L'exemple d'*Hespress* et d'*Hibapress* sont éloquentes

Cette même tendance de recherche d'information sur le web domine la majorité des pays arabes d'après le rapport du « center for international media assistance. Par exemple, en Egypte, selon un responsable marketing de Google, la recherche d'information est la plus fréquente sur leur moteur de recherche suivie de recherche d'images, musique et les clips audio. Par ailleurs, la lecture de la presse écrite se trouve affectée par ce nouveau mode de consommation de l'information obligeant les journaux à éditer en ligne notamment en Egypte et en Jordanie. Cette tendance d'un lectorat en ligne est cependant absente dans les pratiques de la plupart des marocains. L'activité de la presse écrite hors ligne est prépondérante avec des habitudes d'achat aux kiosques malgré la présence des principaux journaux marocains sur le net.

En termes de communication, la consultation et l'envoi des courriels (e-mails) vient en tête des usages avec 75% des occurrences suivi de près par les activités de loisirs avec plus de 50% des réponses. Les activités de téléchargement en sont l'illustration même. Ainsi, le téléchargement de films, de musiques et de documents divers plus de 87% de notre échantillon y recourt. L'usage d'internet à des fins professionnels ou encore administratifs reste très marginal.

Ces usages de la population Gadiri ne sont guère différents de ceux du monde arabe. En effet, en termes de téléchargement, les clips vidéo et audio en langue arabe attirent des millions d'utilisateurs sur le web et selon le responsable de Google, l'équivalent de 24 heures de vidéo est téléchargé chaque minute dans le monde arabe (Ghannam, 2011).

La pratique et usage des réseaux sociaux à Agadir

L'arrivée des réseaux sociaux et leur développement a contribué à l'émergence de nouvelles pratiques et à l'adoption de nouveaux modes de communication dits « socio-techniques ». En effet, le web 2.0 a investi d'une manière fulgurante la toile en la transformant en un espace public de « socialisation virtuelle » (Richard, 2010). Ainsi, nous voyons fleurir ici et là des blogues, des forums de clavardage, des groupes de discussion débattant des sujets divers et variés.

Le Maroc n'est pas épargné par cette vague web 2.0. A titre d'illustration, le nombre de marocains disposant d'un compte sur le réseau social « facebook » est passé de 1.8 millions de personnes en 2010 (6% de la population) à un peu plus de 3 millions en 2011. Ces chiffres propulsent le Maroc à la 38^{ème} position au niveau mondial. Mais la proportion de la population reste faible comparée aux grandes nations telles que les USA (41%), le Canada (45%). D'autant plus que le passage de 1 million à 3 millions d'utilisateurs de « facebook » en l'espace d'un an soulève de nombreuses questions notamment celle de l'influence des événements du printemps arabe en 2011 sur la fréquentation des sites de réseautage (Antheaume, 2011).

Si la recherche de l'information, les activités de téléchargement et de messagerie sont les usages les plus fréquents, l'usage des réseaux sociaux se fraye une place privilégiée auprès des internautes Gadiris avec 76% des réponses positives. « Facebook » est le média social par excellence avec plus de 73% d'utilisateurs.

La pratique et l'usage des micros blogues restent cependant très marginaux sur Agadir. A peine 27% des utilisateurs recourent à ce type de plateforme de « microblogging » notamment Twitter pour s'exprimer.

Cette tendance générale, qui souligne la domination de « Facebook », nous pousse à souligner que durant les soulèvements dans divers pays arabes, « Facebook » était la plateforme principale d'échange tandis que Twitter a été utilisé d'une manière marginale pour lancer des alertes notamment à l'extérieur du pays (Bénilde, 2011).

L'usage que fait la population Gadiris de « facebook » est intense car près de 72% des utilisateurs de cette plateforme y sont « accros ». En effet, 39% d'entre eux y participent une fois par jour et 33% déclarent y être actifs plus d'une fois par jour.

Les réseaux sociaux à Agadir : Pourquoi ?

La pratique et usage des réseaux sociaux à Agadir restent, pour l'essentiel, fidèles aux concepts initiaux des sites de réseautage notamment de « facebook ». Il s'agit d'une « boîte à outils sociale » qui sert à la fois à titre personnel pour se divertir, faire des rencontres, trouver des bons plans etc.

En effet, les Gadiris n'ont pas dérogé à cette règle du web 2.0 car ce dernier sert essentiellement à « socialiser » :

- En rétablissant le contact avec ses anciens amis. A cet égard, une étude américaine a souligné que l'utilisation la plus populaire de « facebook » aux Etats-Unis en 2007 était « d'en savoir plus sur la vie des personnes déjà connues » (Ellisson, Steinfield, Lampe, 2007)
- En partageant ses passions avec des contenus divers et variés.

D'ailleurs le contenu des données mises en ligne confirme cette tendance de « socialisation » car près de 74% des contenus échangés sont des photos personnelles, des avis et opinions sur divers sujets de société. Les échanges professionnels occupent seulement 37% des données partagées.

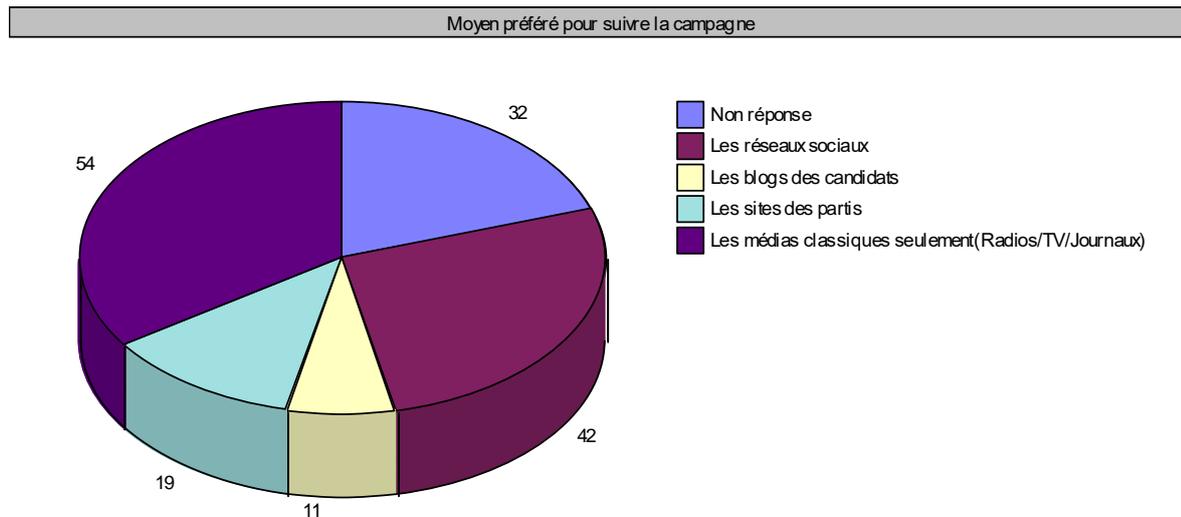
Les réseaux sociaux : mobilisation et changement politique

L'influence des réseaux sociaux est limitée au cyberspace. Or, depuis quelques temps, nous constatons que l'incidence du web 2.0 mue du virtuel au réel avec d'abord des phénomènes de mobilisation dits « Happenings » en Europe notamment en France avec des incidents graves en termes de sécurité. En Iran, des incidents post-élections en 2009 ont été amplifiés grâce notamment à Twitter. Le point d'orgue de ces mobilisations étant le printemps arabe et des mouvements de grogne notamment au Maroc avec le mouvement du 20 février. Le point commun avec toutes ces manifestations est la mobilisation de centaines de milliers de personnes. S'agit-il de cybers mobilisations insufflées par les réseaux sociaux ?

Agadir : la cyber mobilisation n'a pas eu lieu

Les pratiques et usages des réseaux sociaux laissent supposer que les internautes Gadiris sont plus spectateurs qu'acteurs s'agissant de la mobilisation par le mouvement du 20 février 2011. En effet, près de 78% des personnes interrogées estiment que le web 2.0 a des vertus mobilisatrices, d'une part, et seulement 41% déclarent avoir consulté l'appel à manifester du mouvement du 20 février et 76% n'ont pas pris part aux manifestations du même mouvement suite à leur appel, d'autre part. Cette tendance de non participation à des événements quelles que soit leur nature se confirme avec plus de 60% de réponses négatives.

Cette désaffection du politique par le numérique se confirme avec les élections législatives organisées dans le sillage du mouvement de grogne des jeunes de 20 février 2011. En effet, l'intérêt des Gadiris pour la campagne électorale était très intense car près de 74% déclarent l'avoir suivie. Mais ce sont les médias classiques qui ont pris le dessus sur le web 2.0 dans la mesure où près de 50% des personnes interrogées confirment avoir suivi la campagne à la télévision, la radio et la presse écrite.



Il convient de signaler à cet égard que rares sont les politiques marocains qui disposent d'un blogue ou qui sont présents sur le web 2.0. Alors que cette tendance du politique par le numérique a fait ses preuves en 2008 avec la campagne de Barack Obama.

Ces résultats nous poussent à relativiser le rôle des réseaux sociaux dans la mobilisation des masses pour manifester ou se regrouper, en tout cas au Maroc. Comment peut-on expliquer ce phénomène ?

Les résultats concernant le suivi de la campagne législatives 2011 sont révélateurs à plus d'un titre car malgré un contexte défavorable en termes de liberté d'expression, les Marocains ont suivi la campagne des législatives par l'intermédiaire des médias classiques plutôt que sur les réseaux sociaux. L'analyse du contexte médiatique du Maroc est indispensable car elle apporte plus d'éléments de réponse à nos interrogations.

Le contexte médiatique

Au Maroc, les grands médias demeurent globalement sous influence étatique. A cet égard, le Royaume est classé par Reporter sans frontières 138^{ème} sur une liste de 173 pays. Cette tendance est plutôt générale si l'on croit le rapport du programme des Nations Unies pour le développement « Arab Knowledge report de 2009 » qui affirme qu'à l'exception des chaînes reçues par satellite et des blogs, qui ont fourni une soupape à la liberté d'expression, les perspectives demeurent sombres en la matière dans les pays arabes...

L'audiovisuel

Après l'indépendance du Maroc, l'Etat a perpétué la politique de monopole du secteur de l'audiovisuel entamée par le protectorat Français et ce jusqu'aux années 1990 où le Roi Hassan II

amorce la libéralisation du secteur médiatique en général. Politique consolidée par le Roi Mohamed VI.

Le corolaire de la libéralisation des ondes est l'avènement de chaînes de télédiffusion transnationales sous l'impulsion notamment des pays du Golfe. *Al-Jazeera*, une chaîne qatarie d'information en continu a innové en s'appuyant sur d'autres pratiques journalistiques et d'autres contenus.

Al-Jazeera arrive en tête des chaînes TV les plus regardées au Maroc, suivie de près par la deuxième chaîne nationale marocaine *2M*, et de *MBC2* (chaîne du Moyen-Orient). Au moins deux éléments préalables sont à prendre en compte pour appréhender cette forte audience télévisée. D'abord, le taux d'équipement des ménages marocains en antennes paraboliques (satellites) et en téléviseurs est supérieur à 90% leur permettant de recevoir les programmes et notamment transnationaux. Ensuite, les programmes les plus regardés sont de loin les informations, qui remportent le plus grand succès avec près de 80% des réponses recueillies.

Par ailleurs, la pénétration d'*Al-Jazeera* dans le paysage audiovisuel marocain s'explique par plusieurs raisons. Son positionnement sur le segment information avec une proximité linguistico-culturelle prononcée traitant de l'information d'un point de vue « endogène » O. Lamoum (2007) c'est-à-dire arabe ou musulman, évitant la censure et la rétention de l'information (caractéristiques principales des médias arabes), a séduit la majorité des téléspectateurs marocains.

La presse écrite

La presse officielle sous le protectorat et sous Hassan II ainsi que la presse des partis politiques régnèrent en maîtres jusqu'à la fin des années 90. Cette hégémonie du pouvoir à la fois colonial et royal sur l'information a eu pour corolaire le développement d'autres formes d'expression : la clandestinité, les prêches au sein des mosquées et le développement d'une presse partisane. Cette dernière a pris le relai d'une information crédible face à des médias audiovisuels complètement verrouillés par le pouvoir.

Ce n'est qu'à la fin des années 90 que le secteur de la presse est ouvert par le roi Hassan II en vue d'une transition politique. Les quotidiens arabophones sont les premiers à donner un nouveau ton dans les choix des sujets ce qui séduit l'écrasante majorité du lectorat marocain. C'est le cas notamment de *Al Massae*, *Assabah* et *Al Ahdad Al Maghribia* qui arrivent en tête des journaux en terme de lectorat.

Conclusion :

L'ensemble des éléments/contextes analysés laissent penser que les réseaux sociaux ont joué un rôle infime dans la mobilisation/changement au Maroc pour le mouvement du 20 février vu les taux de pénétration importants de la télévision dans les foyers marocains et surtout avec la présence des antennes paraboliques pour capter les chaînes du moyen orient particulièrement *Aljazeera* qui a certainement joué un rôle de relai et d'amplificateur des événements d'abord en Tunisie, en Egypte puis en Lybie. Par ailleurs, le point commun entre la Tunisie, l'Egypte et le Maroc, c'est le fort taux de pénétration des antennes paraboliques (93%) pour les deux premiers pays et 90% pour le Maroc et un faible taux de pénétration du haut débit.

De ce fait, l'hypothèse selon laquelle les réseaux sociaux sont des vecteurs de changement/mobilisation se trouve fragilisée. Le rôle des médias classiques est d'ailleurs reconnu aussi bien par les meneurs de la révolution de Tunisie que par ces intellectuels qui affirment que *Al Jazeera* s'est imposée comme le média libre du pays au détriment des chaînes nationales et des autres télévisions étrangères et c'est cette combinaison entre les nouveaux médias, la TV satellite qui a favorisé les soulèvements populaires.

Les médias classiques en particulier *Al Jazeera* ont participé depuis les années 90 à une modification en profondeur du paysage de l'information et à une refonte de l'opinion publique arabe dont le Maroc.

Bibliographie

- ANTHEAUME A., (2011), La révolution du “live”, [en ligne]. (Consulté le 20 juin 2011). Disponible sur http://www.iris-france.org/docs/kfm_docs/docs/2011-04-04-facebook-twitter-al-jazeera-et-le-printemps-arabe.pdf,
- ELLISON N, STEINFIELD C, LAMPE C., (2007), *The benefits of facebook “friends”: exploring the relationship between college students’ use of online social networks and social capital*. Journal of Computer-Mediated Communication, n°12, pp.1143-1168.
- BENILDE M., (2011), La révolution arabe, fille de l’Internet, [en ligne]. (Consulté le 03 janvier 2012). Disponible sur <http://blog.mondediplo.net>.
- DAGHMI F., PULVAR O., TOUMI F. (2010) « La réception au Maroc : pratiques des publics marocains. *Au cœur et aux lisières des SIC*, Actes du XVIIème Congrès de la SFSIC, Dijon.
- EL OIFI M., (2011), « L’autonomisation des opinions publiques », [en ligne]. (Consulté le 20 juin 2011). Disponible sur http://www.iris-france.org/docs/kfm_docs/docs/2011-04-04-facebook-twitter-al-jazeera-et-le-printemps-arabe.pdf
- GHANNAM J., 2011, “Social Media in the Arab World: Leading up to the Uprisings of 2011”, *report of the Center for International Media Assistance*, pp. 1-44.
- HUYGHE F.B., (2011), Les premières leçons des cyber-révoltes, [en ligne]. (Consulté le 20 juin 2011). Disponible sur http://www.iris-france.org/docs/kfm_docs/docs/2011-04-04-facebook-twitter-al-jazeera-et-le-printemps-arabe.pdf.
- KEPEL G., (2011), « Où vont les révolutions arabes ? », *le nouvel observateur*, n°2417, pp 40-43.
- LAMLOUM O., 2007, « De la « nocivité » des chaînes satellitaires arabes », *Médias, migrations et cultures transnationales*, Sous la direction de Tristan Mattelart, Bruxelles, De Boeck », pp 122-133. (Collection médias recherches).
- MEZOUAGHI M, « *La libéralisation des télécommunications au Maghreb : une réforme controversée* », Annuaire d’Afrique du Nord, CNRS Editions, Vol. 39, 2003, pp. 65-84
- RICHARD G., (2011), Réseaux sociaux et nouveaux espaces démocratiques, [en ligne]. (Consulté le 20 Décembre 2011). Disponible sur <http://www.ameriquefrancaise.org>.

La libre antenne et ses auditeurs « professionnels » au Bénin

Henri Assogba <henri.assogba@com.ulaval.ca>

Université Laval (Canada)

Nées aux États-Unis pendant la seconde guerre mondiale, les émissions radiophoniques interactives encore qualifiées de *phone in* connaissent une nouvelle jeunesse et sont plébiscitées au Bénin où la radio a évolué au gré des systèmes politiques et de la technologie (Assogba, 2008). Ce qui est particulier au Bénin, c'est l'émergence d'un public d'auditeurs « professionnels » de ces émissions de libre antenne quelle que soit la radio qui les diffuse. Avec une démarche qui privilégie les interactions entre l'espace de réception et celui de la production, la présente étude s'intéresse à cette forme d'appropriation d'un format radiophonique par un « public si connu ».

Donner la parole aux anonymes dans les émissions de radio a été, la plupart du temps, un « instrument » utilisé à des fins d'audience (Deleu, 2006). Sur les ondes des radios locales béninoises, les dispositifs d'octroi de la parole au citoyen lambda pour qu'il émette son avis sur les affaires ou les problèmes de la société font florès et se retrouvent, à quelques variantes près, sur toutes les grilles de programme. À la suite d'autres chercheurs (Glevarec et Pinet, 2009 ; Esquenazi, 2003 ; Cefai et Pasquier, 2003 ; Dayan, 2000 ; etc.), je fais le constat qu'il n'existe pas un public mais des publics. Ainsi, j'ai décidé de porter mon attention, dans cette étude, sur la petite « communauté » des intervenants réguliers des principales émissions interactives diffusées sur les ondes béninoises. Il s'agira surtout de s'interroger sur le(s) statut(s) de ces auditeurs qui se « professionnalisent ».

Mes positionnements théoriques et choix méthodologiques sont d'abord exposés avant une présentation sommaire du paysage médiatique de mon cadre d'étude. Puis, dans un troisième temps, les premiers résultats de cette étude sont analysés et discutés.

Ancrages théoriques et choix méthodologiques

Dans cette étude, je prends le parti de considérer les médias d'information comme des institutions qui représentent « des instances de médiation où s'organise une pluralité de besoins, de normes et de stratégies » (Warnke, 1989 : p. 4). Parmi la grande variété de productions réalisées par ces institutions médiatiques, j'ai choisi de ne m'intéresser qu'aux émissions de libre antenne en mettant la focale sur les inconditionnels auditeurs. Pour des fins d'analyse, j'ai retenu deux émissions interactives assez représentatives du phénomène observé au Bénin. Il s'agit de « Grogne matinale » sur *Golfe FM* et « Opinions » sur *Planète FM*. Ces émissions me servent surtout de lieu d'écoute et d'observation des stratégies mises en œuvre par les membres de ce « cher public si connu » que j'appréhende ici comme des agents sociaux actifs dans la chaîne de production médiatique. Certes, l'information produite par les journalistes est une œuvre collective. Difficile donc d'évoquer, surtout depuis le changement de paradigme introduit par Schlesinger (1992), le travail des journalistes sans porter une attention particulière aux interrelations qui existent et se développent entre eux, le contexte d'exercice de leur métier et leurs indispensables sources. Ces dernières, multiples et de plus en plus professionnelles, peuvent être institutionnelles ou individuelles. Et il existe toute une variété d'attitudes et de rapports qu'entretiennent les journalistes avec leurs sources. Cette complexité de la réalité se renforce un peu plus quand il s'agit d'étudier les médias africains d'information envisagés historiquement comme des « outils » au service d'une cause soit de développement, de démocratisation ou de résolution des conflits (Capitant, 2010). Outre les ancrages socio-ethnographiques qui mettent en exergue les « routines de travail » et les « savoir faire pratiques » qui guident les activités professionnelles (Lester, 1980 ; Tuchman, 1973 ; Garfinkel, 1967), je me suis également inspiré des travaux de Goffman (1992 ; 1991 ; 1974 ; 1967) et du linguiste Emile Benveniste (1974) notamment sur l'appareil formel de l'énonciation (enrôlement des acteurs, appropriation d'un registre puis mobilisation d'un monde

commun). Comme présupposé théorique, je postule que nos actes de langage sont régulés par la société. Dans une perspective d'analyse qualitative comparée et compte tenu des moyens dont je dispose, j'ai limité mon corpus d'émissions enregistrées sur sept semaines d'affilée (du 13/06 au 29/07/2011 soit 35 émissions retenues par radio). Puis, j'ai mené des entretiens semi-directifs aussi bien avec les membres de ce « cher public si connu » qu'avec les journalistes animateurs des émissions interactives retenues. Enfin, j'ai confronté les déclaratifs recueillis avec les interventions faites en direct sur les ondes.

Bref aperçu du contexte

L'un des acquis démocratiques importants intervenu dans les pays d'Afrique subsaharienne au début des années 1990 est la démonopolisation des ondes engendrée par la libéralisation du secteur audiovisuel. De nombreuses radios et télévisions privées ont ainsi vu le jour. Certes, l'engouement et le succès rencontrés par la radio sur le continent africain ne sont pas une spécificité béninoise (Tudesq, 2002) et les raisons souvent avancées pour expliquer un tel constat n'ont pas fondamentalement changé : faibles coûts d'acquisition du poste récepteur capable de fonctionner même dans des contrées les plus reculées et non desservies en énergie électrique, la radio permet également de s'adresser à ceux qui ne savent ni lire ni écrire quelle que soit leur langue, la réception de la radio s'adapte mieux aux activités et modes de vie des populations, etc.

S'il est un format radiophonique qu'on retrouve sur les grilles de programme de la presque totalité des radios béninoises, c'est bien celui de la « tribune téléphonique » présenté avec des variantes plus ou moins grandes (présence ou non d'invités, absence ou choix de sujets à débattre, médiation avec conseils et/ou résolution du problème, jeux et talk-shows, etc.). Les radios béninoises donnent donc la parole à des gens qui, autrement, n'auraient jamais eu l'occasion d'émettre leur point de vue sur les affaires ou les problèmes de la cité. Et cette appropriation de la parole, ils peuvent même la faire dans leur langue maternelle.

Et même si cette étude s'intéresse d'abord et avant tout à une poignée de fidèles auditeurs de ce format radiophonique, on ne peut en parler, dans le paysage médiatique béninois, sans évoquer l'emblématique émission « Grogne matinale » qui sert de point d'ancrage du phénomène observé.

« Grogne matinale » sur Golfe FM

Programme phare de la toute première radio privée commerciale du Bénin, la « Grogne matinale » est une émission interactive diffusée en direct du lundi au vendredi (de 06H30 à 07H00) et rediffusée, tard dans la nuit, après le flash de minuit. Le principe de l'émission est simple : ouvrir l'antenne aux auditeurs, pas d'invité(s) en studio, pas de thématique(s) ou de sujet(s) défini(s) au préalable. Par le biais du téléphone, les auditeurs appellent le standard qui filtre plus ou moins les appels avant de les passer en direct au journaliste-animateur en studio. Le rôle de ce dernier se limite à celui de médiateur ou d'intermédiaire avec le « grand public » envisagé ici comme le tiers-absent. En début d'émission, le journaliste-animateur rappelle les règles à respecter. Puis, il attribue la parole à chaque intervenant, fait respecter le temps moyen (1 mn 30) de parole et veille aux éventuels dérapages. Il commente peu, n'apporte pas d'éléments de réponse mais fait juste écouter les préoccupations. Chaque auditeur ne peut intervenir qu'une seule fois en direct par émission. Victime de son succès et après plusieurs dérapages retentissants (suspensions de l'émission par l'organe de régulation des médias) les garde-fous et autres précautions ont été pris, avec le temps, pour réduire au maximum les risques inhérents d'une émission « tribune libre » en direct.

« Opinions » sur Radio Planète

Créée en 2004 sur une radio privée commerciale concurrente, « Opinions » est globalement conçue sur le même principe que celui de la « Grogne matinale ». Son concepteur et animateur, le rédacteur en chef de la station tient tout de même à se différencier :

« Deux jours par semaine (mardi et jeudi), c'est nous qui choisissons et imposons le sujet de l'émission comme le fait Juan Gomez avec "Appels sur l'actualité" sur RFI Afrique. Il y a donc une préparation et un travail journalistique qui se font. Les autres jours (lundi, mercredi et vendredi), c'est la libre antenne comme sur la Grogne matinale ».

Dans les faits, à l'écoute des émissions de mon corpus, quel que soit le jour de la semaine, les auditeurs trouvent toujours le moyen d'évoquer des préoccupations qui leur tiennent à cœur. N'ayant pas encore une audience similaire à celle de la « Grogne matinale », l'émission interactive de *Planète FM* ne dispose que d'une seule ligne téléphonique et accorde un peu plus de temps de parole à chaque intervenant (2 minutes en moyenne). L'émission dure également une demi-heure et est diffusée en direct à partir de 08H30.

Ces différents horaires de diffusion facilitent la tâche aux membres de ce « cher public » étudié qui s'est déjà illustré, à plusieurs reprises, en participant à plusieurs émissions interactives du week-end qui passent relativement à la même heure sur des radios concurrentes (Eclairage sur la *Radio Nationale*, Cartes sur Table sur *Océan FM*, Ma part de vérité sur *Golfe FM*, etc.). D'ailleurs, il arrive qu'on retrouve les mêmes individus occuper des postes de responsabilité au sein de différentes associations de fidèles auditeurs et sympathisants de radios concurrentes. Dans l'enquête qu'il a consacrée au phénomène, Emmanuel Adjovi (2001) cite, entre autres, le cas de l'auditeur Ernest Sao « qui est à la fois président de l'amicale des auditeurs de Radio Afrique Espoir, vice-président de l'association des auditeurs de Radio Tokpa et président d'honneur de l'association des auditeurs de Radio Gerddes Afrique ».

Un public trop bien connu

Quand je parle de *public* dans cette communication, je précise que j'utilise non pas l'adjectif mais le substantif qui présuppose des *publics* et qui renvoie idéalement, selon Dayan (2000), à des identités relativement reconnaissables, éventuellement éphémères, mais suffisamment stables pour être décrites. Etre un *public*, poursuit le sociologue des médias, « c'est se livrer à une performance » avant d'ajouter que ladite performance peut-être consensuelle ou polémique mais elle ne peut-être invisible. C'est donc à un pareil public bien visible ou plutôt bien audible sur les ondes béninoises que je consacre cette étude.

Ils sont, au total, une vingtaine d'inconditionnels auditeurs fidèles non pas à une radio donnée mais à un format radiophonique. Ils sont autant connus sinon plus que les animateurs de ces émissions radiophoniques interactives. Il ne s'agit pas ici d'une parole masquée mais d'une parole bien identifiée car les auditeurs qui appellent se présentent en donnant leurs noms et prénoms, indiquent d'où ils appellent et certains donnent volontiers leur numéro de téléphone à l'antenne. Si le but avoué d'une telle démarche, c'est de responsabiliser les auditeurs quant aux propos tenus en direct, certains s'approprient le dispositif et le mettent au service de leur autopromotion. En effet, le fait d'intervenir régulièrement sur les émissions interactives en donnant en direct ses coordonnées s'apparente aussi à une offre de services puisque ceux qui sont à l'écoute et qui ont des révélations à faire mais n'osent pas ou qui n'arrivent pas avoir la ligne peuvent les joindre pour ce « travail ». Ce besoin de se faire entendre est si fort qu'il arrive que certains parmi eux interviennent en direct sur des émissions interactives des radios non disponibles en écoute du lieu de leur appel. Pour expliquer ce paradoxe, Hermann Mèton avoue que sa stratégie à lui, c'est de chercher et de noter dans les grilles de programme des radios béninoises, les horaires des émissions interactives puis de s'organiser en conséquence. Et il ajoute, « (...) parfois, c'est l'invité qui nous avertit de sa participation à une émission et nous demande d'appeler pour éviter un lynchage médiatique (...) ».

La recherche de « notoriété », le besoin de reconnaissance sociale (être connu et reconnu : « quand je vais dans une administration et que je me présente, je sens très vite la différence de traitement ») de mise en valeur ou de fierté (« souvent ça fait plaisir quand des amis vous disent je t'ai entendu sur telle radio » ou « grâce à vous, nos problèmes sont résolus ») sont des caractéristiques les mieux partagées au sein de ce petit public très actif sur les ondes. Je n'ai donc

pas eu trop de difficultés à les convaincre de m'accorder des entretiens de recherche. Ils sont plutôt fiers qu'une étude leur soit consacrée et évoquent avec malice toute la logistique (au moins deux téléphones mobiles, utilisation de la fonction rappel et surtout la persévérance) mise en œuvre pour, chaque fois, réussir « à avoir la ligne ». Au gré des intérêts du moment, des clans voire des sous-clans se font et se défont : « *c'est grâce à ces émissions interactives que j'ai connu d'autres collègues* [ndlr : c'est moi qui souligne] *et puis parfois, je ne peux pas le nier, on s'appelle pour essayer de préparer nos analyses et d'organiser des tirs groupés* » ; « ça dépend de ce qu'on doit défendre et de nos sources d'information ». Autre point commun, ils s'expriment tous, plus ou moins bien, dans la langue française et, apparaissent pour certains auditeurs non instruits des « scribes des temps modernes ».

Le nombre restreint de ces « papillons des ondes » justifie bien ma démarche qualitative qui s'interdit toute généralisation et qui révèle autant de profils que de membres de cette communauté peu féminisée. Sur la vingtaine d'auditeurs fidèles à ce format radiophonique, on ne compte que trois femmes dont une fonctionnaire à la retraite. Cette dernière, Mme Georgette Akoueson, qui est une militante assumée, exhorte les femmes à « monter au créneau » d'autant plus que, par exemple, des quatre lignes téléphoniques disponibles au standard de la « Grogne matinale » une est désormais exclusivement réservée aux auditrices qui veulent participer. La « doyenne des ondes », comme certains l'appellent affectueusement, se souvient de sa première participation qui explique son engagement actuel : « *moi je suis allée vers les émissions interactives parce que j'ai été victime d'une injustice liée à un litige domanial, beaucoup d'auditeurs ont été sensibles à mon histoire et grâce à la mobilisation, j'ai eu gain de cause* ». Pour Adamon Kifouli, instituteur à Adjohoun [ndlr : petite localité béninoise], ce sont les lampadaires non fonctionnels de sa localité qui ont motivé sa première prise de parole dans une telle émission et, depuis septembre 1999, il s'est découvert une nouvelle passion et n'a plus jamais arrêté de participer. De son côté, Elisée Ekpinda, agent occasionnel du projet de Recensement administratif à vocation état civil (RAVEC), se réjouit d'avoir « mis sur la place publique » des préoccupations liées au « dragage du sable marin comme l'érosion côtière et l'avancée de la mer à l'Est de la ville de Cotonou ». Inutile de souligner ici que chacun des membres de ce « cher public connu » s'est efforcé de donner rétrospectivement un sens à des épisodes de sa vie qu'il a sélectionnés. Il s'agit d'un des biais souvent reprochés aux récits de vie.

Le public est au cœur du dispositif de telles émissions et il en a conscience. Il ne s'agit pas ici de « public fantasmé » ou de public qui se voit matérialisé sous la plume des experts. Ce public-ci, il se sait exister et joue parfois de ses « pouvoirs ». Mieux, il l'exprime parfois haut et fort sur les antennes : « (...) *Monsieur le journaliste, le bon fonctionnement d'une radio nécessite l'intervention des auditeurs (...)* » (extraits de l'intervention de l'auditrice Symphorose Agbangbè d'Allèglétta à la « Grogne matinale » du 25/07/11).

Un « public producteur »

Le modèle de la production que je mobilise ici est celui proposé par l'historien d'art Michael Baxandall (1985) pour qui, tout objet est fabriqué à partir d'une *directive* souvent forgée par le corps social ou l'institution en question. Les *directives* nous conduisent aux *modèles*. Puis, il y a des producteurs qui se servent des *modèles* en y ajoutant, au besoin, leur propre touche pour produire un objet. Et cette opération par laquelle on emploie un *modèle* pour produire un objet particulier ou unique est appelée l'énonciation.

Dans la présente étude, les objets médiatiques particuliers produits sont la « Grogne matinale » et « Opinions ». Le modèle ayant servi à la production de ces émissions interactives est celui de la tribune téléphonique avec comme directive « donner la parole aux auditeurs ». Ces derniers sont considérés comme d'incontournables acteurs et se retrouvent de fait incorporés dans le continuum de production d'une telle émission. Pour le dire autrement et en utilisant les mots du journaliste-animateur de la « Grogne matinale » : « (...) ce sont les auditeurs qui font l'émission (...) ». Et un autre d'avouer qu'à l'origine, « *on a dû aider le processus de participation en demandant à des collègues d'appeler d'un autre bureau de la radio ou de susciter des appels dans le cercle de nos*

amis avant que la mayonnaise ne prenne et ne dépasse actuellement nos espérances ». Ainsi, il y a, comme dirait Goffman (1991) des situations d'autorisation sociale pour endosser un rôle. Etant donné qu'il n'y a pas de thèmes retenus à l'avance pour ces émissions ayant « juste » la prétention d'informer sur la réalité quotidienne des populations, les trois principaux rôles régulièrement convoqués sont : celui qui rapporte, celui qui témoigne et celui qui, parfois, valide la réalité. Cette éventuelle validation de la réalité demeure la seule prérogative qui reste au journaliste-animateur de ces émissions. Il a ainsi la possibilité d'interrompre une intervention s'il estime que les règles de l'émission ne sont pas respectées ou qu'il faut des preuves. C'est vrai qu'en cas de procès en diffamation, c'est d'abord le journaliste et sa radio qui sont accusés avant l'auditeur indélicat. Membre régulier de ce « cher public », Adamon Kifouli raconte comment il procède :

« (...) quand on a des sujets délicats avec des preuves, on va d'abord les montrer au journaliste puis le lendemain comme il est déjà au parfum du sujet, il nous laisse évoquer en direct la question dans le détail et parfois en citant des noms. Moi qui vous parle, j'ai eu un procès en diffamation que j'ai gagné et ce que je retiens comme leçon de cette expérience, c'est qu'il ne suffit pas d'avoir des preuves, il faut aussi prendre le recul et savoir poser les problèmes à l'antenne (...) ».

Tout se passe alors comme si les journalistes délèguent la sous-traitance de la présélection et la collecte des informations aux auditeurs. Cela est d'autant plus vrai que tous les sujets abordés par les auditeurs au cours de ces émissions interactives de la matinée sont passés en revue lors de la conférence de rédaction qui statue sur les sujets pouvant figurer au menu du journal. Les principaux critères de sélection qu'utilise la rédaction sont la nature et les preuves des dénonciations ou allégations faites à l'antenne par les auditeurs. Certes, la décision d'investiguer est également fonction du lieu, de la disponibilité d'une équipe et d'un véhicule de reportage. Mais le fait d'associer les auditeurs à la confection des bulletins d'information, de contribuer au règlement de certains dysfonctionnements sociaux s'apparente fort au concept de « journalisme public » (Watine, 2003).

Faisant désormais partie intégrante du processus de production, les membres de ce « cher public » acquièrent également un registre de langue propre aux journalistes comme l'attestent ces extraits d'intervention :

- *« Hermann Mèton, je vous appelle depuis le ministère de la fonction publique [ndlr : pour authentifier son discours concernant la grève illimitée des fonctionnaires de l'Etat, l'auditeur fait savoir qu'il s'est déplacé dans ce lieu pour effectuer son appel] et selon les informations qui nous parviennent (...) »* (Opinions du 14/07/2011) ;
- □ *« Abdel Tchassama, suite à nos investigations, c'est une structure privée dont je tais le nom pour l'instant qui (...) »* (Grogne matinale du 14/07/11) ;
- □ *« Clément Assolé, je vous appelle ce matin de la devanture de la mairie de Sème-Kpodji (...) j'interpelle très respectueusement le ministre de la décentralisation, M. Raphaël Edou à interpellé le maire Mathias Gbèdan (...) ça ne va pas dans la commune malgré tout ce que nous disons, le maire fait la sourde oreille, il fait comme s'il n'est plus le maire de la commune, la voie menant à la mairie même est dégradée (...) »* (Grogne matinale du 25/07/11) ; etc.

D'autres profitent de leur temps d'antenne pour faire des comptes rendus de manifestations auxquelles ils ont été conviés et que les journalistes n'ont pas traité. Ces jeux de langage comme dirait Wittgenstein (1961) s'accompagnent de la mobilisation d'un monde commun de la part des membres de ce « cher public connu » qui se sentent également investis d'une mission :

- *« (...) nous sommes là pour porter la voix de ceux qui n'ont pas le courage de dénoncer tout ce qui ne va pas »* (Adamon Kifouli) ;
- *« (...) parfois quand je me fais rare sur les ondes, le journaliste m'appelle pour demander ce qui ne va pas car mes interventions sont très appréciées (...) »* (Hermann Mèton) ;
- *« (...) ces émissions ont permis de régler beaucoup de problèmes d'injustice, de corruption et de gestion locale, les gens nous remercient et nous encouragent à continuer, ceux qui ne veulent pas qu'on rende justice nous critiquent »* (Georgette Akueson) ;
- *« (...) la grogne matinale est un créneau pour nous faiseurs d'opinion pour exprimer nos divergences dans le seul but de développer notre pays (...) »* (Symphorose Agbangbè) ; etc.

Désignés auparavant comme des « grogneurs » (en référence aux fidèles intervenants de la « Grogne matinale », la première émission du genre au Bénin), les inconditionnels participants à ce type d'émission, quelle que soit la radio, préfèrent désormais le titre de « faiseurs d'opinion » : « *Au fur et à mesure que se renforce ce noyau de passionnés de ces émissions interactives, nous nous sommes rendus compte que l'adjectif « grogneur » n'est pas le terme approprié pour nous désigner. Le grogneur, vous le savez, c'est quelqu'un qui sous le coup de la colère exprime son mécontentement, il se limite à la dénonciation, à la plainte et à la complainte. Alors que, de part nos interventions, nous participons au développement de notre pays en faisant des propositions concrètes et une veille citoyenne. C'est la reconnaissance de notre contribution particulière à la démocratie qui justifie cette nouvelle dénomination de faiseurs d'opinion* » (Elisée Ekpinda). Sans véritable statut reconnu, les membres de ce « cher public connu » revendiquent et assument, en fonction des circonstances, des identités multiples (public, citoyen éclairé, journaliste, chargé des relations publiques, etc.).

Vers l'institutionnalisation de ce « public-producteur »

A la faveur de la délicate période électorale pour la présidentielle de 2011 caractérisée par de vives tensions et polémiques, les « faiseurs d'opinion » se sont regroupés non pas en une association mais en un collectif engagé pour la paix. La nuance est de taille puisque les membres du collectif affirment garder leur liberté d'expression et ne sont inféodés à aucune structure dirigeante ou mot d'ordre. Le seul dénominateur commun de ce collectif qui « plaide pour une période postélectorale apaisée » est « le développement du Bénin ». Comme on le voit, cette petite communauté est en voie de s'institutionnaliser.

Outre l'usage des émissions interactives en termes de fonctions (surtout la prétention d'informer sur la réalité quotidienne), j'ai noté une appropriation d'un dispositif par un public-producteur en termes de moyens d'actions et de stratégies. Certes, il ne s'agit que d'une première étude exploratoire qui gagnerait à être élargie (à d'autres émissions interactives et à d'autres acteurs de la production : techniciens de la régie, standardiste, etc.) et approfondie (que pense, par exemple, le tiers absent c'est-à-dire le « grand-public » de ceux-là qui disent parler en leur nom ?).

Bibliographie

- ASSOGBA H., 2008, « La radio au Bénin : une évolution de la boîte à parole au rythme des systèmes politiques et des avancées technologiques », In Wuillème B. & Cheval J.J. (dir.), Actes du colloque international « *La radiodiffusion aux tournants des siècles* », Lyon, Dédale Éditions, p. 195-206.
- BENVENISTE É., 1974, *Problèmes de linguistique générale*, t. I&II, Paris, Gallimard, 288 p.
- CARDON D., 1995, « Comment se faire entendre ? » In *Politix* N° 31, Paris
- CEFAI D. et PASQUIER D. (dir.), 2003, *Les sens du public. Publics politiques, publics médiatiques*, Paris, PUF, 519 p.
- DELEU C., 2006, *Les anonymes à la radio : usages, fonctions et portée de leur parole*, Paris, Ed. INA/De Boeck (Coll. Médias recherches), 232 p.
- DELEU C., 2002, « Vertus et faiblesses des forums radiophoniques » In *Les Cahiers du journalisme*, N° 10 Printemps-Eté, p. 110 - 153
- ESQUENAZI J-P., 2003, *Sociologie des publics*, Paris, Éditions La Découverte (Coll. Repères ; 366). 122 p.
- ESQUENAZI J-P., 2002, *L'écriture de l'actualité. Pour une sociologie du discours médiatique*, Grenoble, PUG. 183 p.

- GLEVAREC H. et PINET M., 2009, *La radio et ses publics. Sociologie d'une fragmentation*. Irma/Mélanie Séteun. 256 p.
- GLEVAREC H., 2005, *Libre antenne, la réception de la radio par les adolescents*, Paris, Colin/INA. 301 p.
- GLEVAREC H., 1999, « Sociologie de la production radiophonique. Le travail à France Culture comme action située ». In *Sociologie du travail*, Vol. 41, N° 3.
- GOFFMAN E., 1991, *Les cadres de l'expérience*, Paris, Minuit, 573 p.
- GOFFMAN E., 1987, *Façons de parler*, Paris, Minuit, 277 p.
- SCHLESINGER P. 1992 [1990], « Repenser la sociologie du journalisme. Les stratégies de la source d'information et les limites du media-centrisme » In *Réseaux*, N° 51, p. 75-98.
- TUDESQ A-J., 2002, *L'Afrique parle, l'Afrique écoute : les radios en Afrique subsaharienne*, Paris, Karthala (Coll. Hommes et Sociétés), 315 p.
- TUCHMAN G., 1978, *Making News*. New York : The Free Press.
- WARNKE M., [1985] Trad. franç. 1989, *L'artiste de cour. Aux origines de l'artiste moderne*. Paris, Éditions de la Maison des sciences de l'homme.
- WATINE T., 2003, « Le modèle du "journalisme public" » In *Hermès*, N° 35, p. 231 - 239
- WITTGENSTEIN L., 1961, *Investigations philosophiques*, Paris, Gallimard. 364 p.

Les jeunes issus de l'immigration maghrébine et l'offre télévisuelle arabe par satellite : La déconnexion ?*

Abdelfettah Benchenna <benchenna@univ-paris13.fr>

Université Paris 13.Labsic – MSH Paris Nord

Sur les bases d'un travail empirique mené auprès de jeunes issus de l'immigration marocaine (18-25 ans), L'objectif de cette contribution est d'apporter quelques réponses quant à leurs pratiques en matière de télévision pour tenter de mesurer la place qu'ils accordent, dans leur consommation télévisuelle ordinaire, aux programmes télévisuels provenant du pays d'origine de leurs parents et des autres pays arabes.

L'accès des ressortissants maghrébins aux chaînes transnationales arabes en France suscite, pour des raisons différentes, des craintes à la fois chez certains hommes politiques français et chez les pouvoirs politiques des pays d'origine. Dès le milieu des années quatre-vingt-dix, avant le lancement de la chaîne Aljazeera, Jean de Boishue (1995), alors secrétaire d'Etat à l'enseignement supérieur et maire de Brétigny-sur-Orge, en Région Ile-de-France, écrivait : « Les Arabes vivent chez nous, mais le soir ils rentrent chez eux. (...) Les paraboles les relient à Dieu, les pays frères ou la voix de leurs maîtres. Plus la parabole absorbe de signaux lointains venus d'Orient, plus la France devient inutile. ». De leurs côtés, les régimes des pays du Maghreb cherchent à saisir les avancées technologiques pour contrer offre télévisuelle des pays du Machrek, en proposant des programmes télévisuels présentés comme un moyen pour les émigrés maghrébins de rester en lien avec « la mère patrie ».

Sur les bases d'un travail empirique mené auprès de jeunes issus de l'immigration marocaine (18-25 ans), notre objectif est de questionner leurs pratiques en matière de télévision et de tenter de mesurer la place qu'ils accordent, dans leur consommation télévisuelle ordinaire, aux programmes télévisuels provenant du pays d'origine de leurs parents et des autres pays arabes. Ce travail est nourri par une série d'entretiens réalisés en juillet 2009 puis en février 2010. Ces entretiens ont été menés auprès de responsables du ministère chargé des Marocains à l'étranger et de responsables de chaînes de télévisions (directeurs de programmation, producteurs d'émissions, directeur de la chaîne Almaghribia et différentes chaînes des radios relevant la SNRT etc.). Nous avons également réalisé soixante-cinq entretiens auprès de jeunes issus de cette immigration, rencontré à l'occasion de deux universités d'été à Rabat et à Agadir, en juillet 2009, auxquelles ils étaient invités par le ministère chargé des Marocains résidants à l'étranger. Toutefois, les éléments recueillis auprès de ces jeunes ne peuvent, en aucun cas, être considérés comme représentatifs des jeunes issus de l'immigration marocaine en France. 59 sur 65 de nos interlocuteurs sont des étudiants. L'hypothèse centrale, qui anime cette contribution, est que la consommation des médias par ce public obéit plus à des considérations socio-économiques qu'ethniques ou culturels. Relevant le plus souvent des classes populaires, ces jeunes ont une consommation des médias qui diffère très peu de celle des autres jeunes qu'ils côtoient et avec qui ils partagent les difficultés, les frustrations et en partie le destin (Battegay, 2001, p.7). Si les jeunes issus de cette immigration subissent des exclusions, comme l'accès à l'emploi, (CEREQ, 2006) et (de Wenden, 1999), leur intégration socioculturelle n'est plus à remettre en cause. Celle-ci passe par l'école mais également par une consommation des médias qui diffère peu, pour une grande majorité d'entre eux, de celle des jeunes de leur âge.

* Cette communication s'inscrit dans le cadre de la recherche Médias et migrations dans l'espace euro-méditerranéen, financée par l'Agence nationale de la recherche.

Les relations qu'entretiennent les jeunes issus de l'immigration marocaine avec les médias transnationaux arabes, y compris ceux du pays d'origine de leurs parents, ne peuvent être appréhendées sans la convocation d'un modèle d'analyse qui prend en compte à la fois :

- les caractères socio-démographiques, culturels et identitaires de ces jeunes, nés ou arrivés très jeunes en France ;
- les transformations du paysage médiatique par lequel ils sont sollicités. Comprendre les mutations du paysage audiovisuel arabe depuis ces deux dernières décennies, c'est cerner à la fois sa structure, la nature de l'offre proposées et ses finalités à la fois économiques, idéologiques, politiques voire géopolitiques, avec l'objectif de voir en quoi cette offre peut trouver dans ces jeunes une nouvelle cible.

Les différents âges de l'immigration marocaine

Il est devenu lieu commun de lire ou d'entendre des responsables politiques marocains ou des chercheurs affirmer que la physionomie de l'immigration marocaine a muté. Sont mis en avant, le plus souvent, la féminisation de celle-ci ou le « niveau d'instruction des migrants [qui] n'est plus le même qu'avant »¹. Les enfants, voire les petits-enfants, des Marocains vivants hors du Maroc sont un des éléments à prendre en compte dans la complexité démographique. Ils sont nés, le plus souvent dans le pays où ils résident. Outre le fait que peu d'entre eux maîtrise la langue du pays d'origine de leurs parents, leurs pratiques médiatiques et culturelles sont portées sur les médias et les produits culturels diffusés dans le pays où ils vivent, sans parler l'offre proposée via Internet. Si ces jeunes sont présentés par certains hommes politiques, en France, comme un problème, ils sont considérés comme un enjeu majeur pour les responsables de la politique migratoire marocaine. L'objectif de ces derniers est de mobiliser tous les moyens pour les intéresser de façon pérenne au pays d'origine de leurs parents. Des actions valorisant les dimensions culturelle et identitaire sont au cœur de ses orientations. Tous les moyens sont bons pour les intéresser au Maroc. Ils sont conviés à des forums et à des universités d'été spécialement organisés pour eux. Des émissions de télévisions leur sont consacrées pour glorifier ceux d'entre eux qui ont « réussi ». Leurs compétences, leurs réussites professionnelles sont montrées en exemple.

Cependant, malgré tous ces efforts, fort est de constater que les politiques publiques en charge de la question migratoire marocaine ne sont, pour le moment, qu'en phase de questionnement, de tâtonnement et de tests (Benchenna, 2011). Parmi les questions qui préoccupent les acteurs politiques : Comment s'adresser à ces jeunes et les intéresser à un pays qu'ils fréquentent le plus souvent seulement un mois par an ? Comment les amener à renforcer les liens avec le pays d'origine des parents qui risque de se diluer et de s'estomper avec le temps surtout après la disparition des parents ? Comment mobiliser les médias à proposer des contenus qui peuvent aider à maintenir les liens avec le pays d'origine de leurs parents ? Ces questions reflètent les préoccupations actuelles des responsables chargés de la question migratoire marocaine qui vise une cible sollicitée non seulement par les médias du pays de résidence mais également par les nouveaux médias et par un paysage audiovisuel arabe, en pleine transformation depuis une vingtaine d'année.

Un paysage médiatique arabe transformé

L'objectif de cette partie est d'apprécier, tout d'abord, la nature de l'offre télévisuelle arabe diffusée par satellite, pour identifier, ensuite, ce que peut intéresser le téléspectateur maghrébin en France dans les programmes proposés par ces chaînes et de mesurer, enfin, les difficultés cette offre à conquérir les jeunes issus de cette immigration en France.

Les premiers pas de l'offre télévisuelle dans les pays arabes remontent aux années de décolonisation et de la construction des Etats-nations. La télévision est mise au service des

¹<http://www.ccme.org.ma/fr/Presse-et-migrations/Articles-de-janvier-2011/Le-Maroc-un-des-premiers-pays-%C3%A0-avoir-mis-en-place-une-politique-de-diaspora-el-Yazami.html>

dirigeants pour afficher les valeurs de souveraineté de l'Etat. Le modèle dominant est celui du monopole de l'Etat, du contrôle de l'information et de la censure (Lynch, 2006). Le début des années quatre-vingt-dix va, en effet, voir l'apparition d'une nouvelle offre télévisuelle transnationale de langue arabe, proposant un ensemble de chaînes dont le nombre ne cesse de croître pour dépasser en 2010, 700 chaînes. Prédominée par le caractère commercial, cette offre trouve ses publics, entre autres, dans les pays du Maghreb, où les téléspectateurs sont très demandeurs de programmes de divertissements et/ou d'informations le plus souvent censurés par les pouvoirs politiques qui les gouvernent. Comme le précise fort bien, Tourya Guaaybess (2009, p. 83), l'un des enjeux liés à cette reconfiguration du paysage audiovisuel arabe est à percevoir dans les rapports entre les médias et les sociétés dans chaque pays.

Cependant, beaucoup de ces bouquets contribuent à l'aliénation du téléspectateur, au sens d'Adorno, à sa dépolitisation et à son déchirement identitaire, par une programmation qui oscille entre modernité, assimilée le plus souvent à occidentalisation, et tradition réduite à la religiosité. Ce schéma participe à forger chez les exclus socialement la nécessité d'embrasser le religieux et entretient en même temps, l'idée d'une modernité accessible par la société de la consommation. Elles participent ainsi à cultiver les bases d'un « islam de marché », au sens de Patrick Haenni (2005), qui allie contenu musulman et mode de vie occidental ; légitime moralement et religieusement le mode de vie et les aspirations capitalistes en insistant sur l'efficacité économique et en suggérant le désengagement politique.

Le dernier rapport de l'Union des radios et télévisions arabes (ASBU, 2010) fournit un ensemble d'information concernant la nature des chaînes qui composent ce paysage audiovisuel arabe. Celui-ci comporte 733 chaînes satellitaires, diffusées par 470 structures différentes. Le secteur privé, toujours en progression, prédomine par 609 chaînes contre 124 chaînes relevant du secteur public. Les chaînes thématiques de divertissements occupent le haut du peloton par 90 chaînes spécialisées en diffusion de musique et d'émissions musicales, dont 87 sont privées. 61 proposent des programmes cinématographiques. 59 sont des chaînes sportives. Les chaînes thématiques consacrées aux sujets économiques et commerciaux sont au nombre de 17, contre 37 pour les chaînes d'informations. 48 chaînes revendiquent le caractère religieux et confessionnel contre seulement 17 qui se présentent comme éducatives et culturelles.

Constituée en bouquets, cette offre est accessible en France via le satellite, le câble ou l'ADSL. En 2009, EUTELSAT propose d'accéder 390 chaînes arabes. Malgré le nombre important de chaînes arabes diffusées en France peu d'entre elles sont véritablement accessibles pour des jeunes à cause de la barrière de la langue. Selon l'ASBU, seul 1,03% de l'offre télévisuelle arabe, présente sur les satellites, propose des programmes en langue française contre 75,17% en langue arabe et 13,23% en langue anglaise (ASBU, 2010, p. 18). Mais, la barrière de la langue est-elle la seule raison à l'origine du désintérêt des jeunes issus de l'immigration maghrébine en général, et marocaine en particulier. C'est ce que nous proposons de découvrir dans la deuxième partie de cette contribution.

« La télévision de mes parents n'est pas la mienne »

Quels rapports les jeunes issus de l'immigration marocaine en France entretiennent-ils avec la télévision ? Comment la consomment-ils ? Leur consommation a-t-elle des spécificités comparée à celle des jeunes de leur âge dont les parents ne sont pas d'origine marocaine ? Quelle représentation ont-ils des chaînes de télévisions arabophones, y compris marocaines, accessibles dans le foyer familial ?

La télévision intéresse de moins en moins les jeunes

Une des premières surprises des résultats collectés, auprès des jeunes interviewés, concerne le temps consacré à la consommation télévisuelle : Plus du tiers d'entre eux déclarent regarder la télévision de façon occasionnelle, rare voire pas du tout contre seulement un sur six qui déclare la regarder quotidiennement. Deux principales raisons sont évoquées par les jeunes interrogés :

- Le manque de temps : Les occupations quotidiennes (études, travail, temps passé dans les transports) laissent peu de temps à consacrer à la télévision. « Je fais du 8h-20h non stop. Je ne peux pas me permettre de passer trop de temps devant la télé » (Nadia, 23 ans). Mais ce manque de temps à consacrer à la télévision n'est-il pas utilisé pour les nouveaux médias et plus particulièrement à l'Internet. Une enquête réalisée pour le compte du ministère français de la Culture va dans le même sens en mettant le doigt sur un déplacement opéré dans la consommation des médias par les jeunes en France. Selon cette enquête, ce déplacement ne concerne pas tant les contenus mais les supports. Certains contenus télévisuels ou radiophoniques sont, en effet, disponibles sur le Net et consommés par ce biais (Ministère de la Culture et de la Communication, 2009, p. 2).

- Certains jeunes jugent les nouveaux médias d'information notamment les sites web d'information, moins formatés. Internet est présenté comme une source d'information où l'on compose son propre menu d'information pour éviter une information trop formatée à la télévision. Internet serait également une forme d'échappatoire pour ne pas regarder les émissions et les chaînes de télévisions regardées par les parents.

La tendance à désertir la télévision en France n'est pas une spécificité des jeunes issus de l'immigration marocaine. Elle concerne les jeunes en général depuis le milieu des années 2000. Plusieurs enquêtes en font état. Pour Médiamétrie, si le temps d'écoute global n'a cessé d'augmenter depuis dix ans, celui des 15-24 ans a diminué de 22 % sur les chaînes traditionnelles. Trois adolescents sur dix ne regardent jamais TF1, France 2 ou M6, quand les autres n'y jettent un œil uniquement à l'occasion des matchs de football ou pour quelques séries américaines (Télérama, N° 3040, avril 2008)¹. Dans une perspective historique, Olivier Donnat (2009) observe une rupture dans les pratiques télévisuelles chez les jeunes dans la dernière enquête réalisée en 2008. Contrairement aux autres tranches d'âges pour lesquelles la consommation de la télévision ne cesse d'augmenter depuis le début des années soixante-dix, le taux des jeunes 15-24 ans déclarant regarder la télévision 20 heures et plus par semaine, est passé de 20 à 36%, entre 1973 et 1997 pour baisser à 27% en 2008. (Donnat, 2011, p. 6).

Une préférence pour les chaînes françaises

Quand ils regardent la télévision, la préférence affichée des jeunes issus de l'immigration marocaine va clairement pour les chaînes françaises avant les chaînes marocaines et autres chaînes de langue arabe. Très peu d'entre eux déclarent regarder la télévision marocaine tout seul (4 sur 65). Les moments de convivialité en famille se passent la plupart du temps autour de la télévision marocaine (39 sur 65). Ce choix est imposé par les parents qui détiennent la télécommande. Les jeunes interrogés déclarent clairement s'intéresser davantage aux chaînes de télévisions qui parlent et traitent de leur quotidien et de l'environnement où ils vivent. C'est là que se situe leur intérêt premier. Cette tendance est très visible dans leurs réponses. Ces préférences télévisuelles sont là pour insister sur leur intégration culturelle en France et pour souligner les différences en la matière avec leurs parents : « Je regarde la télé comme un jeune de mon âge. Je regarde la télé pour m'informer et aussi pour me divertir. Je préfère les chaînes de la TNT, BFM TV, Itélé, ou France 24. » (Nouredine, 24 ans).

La présence de plusieurs postes favorise une certaine liberté de choix des chaînes et des programmes regardés. Elle permet d'éviter parfois des tensions entre membres de la famille. Certains jeunes déclarent disposer de leur propre poste de télévision dans leur chambre, mais

¹ <http://television.telerama.fr/television/les-jeunes-zappent-la-tele,27834.php>

celui-ci n'est alors que très rarement équipé de parabole ou connecté à l'ADSL. L'accès à certaines chaînes de télévisions via Internet favorise également les possibilités de choisir ce que les jeunes souhaitent et veulent regarder.

Le fait de ne plus vivre au sein foyer parental influence également la consommation et les choix télévisuels des jeunes. Plusieurs témoignages recueillis vont dans ce sens : « Je regarde plus les chaînes françaises depuis que j'habite avec ma copine à Paris. » (Rafiq, 24 ans).

Le mois de Ramadan : une exception

Même s'ils sont moins regardés, les programmes proposés par la télévision marocaine sont jugés positivement par la grande majorité des interviewés. Aux yeux de nos interlocuteurs, certains programmes permettent de découvrir des aspects de la culture, des traditions marocaines ou des comédiens marocains. 51% seulement des 65 jeunes interviewés déclarent maîtriser le *darija* (dialecte marocain) bien, voire très bien. Ils soulignent, dans leur majorité, que la barrière de la langue est un frein à regarder des chaînes marocaines et arabophones. A noter, cependant, qu'aucun d'entre eux ne fait allusion aux programmes en langue française proposés par ces chaînes. Les interviewés « oublient », en effet, que les télévisions marocaines diffusent une partie des programmes en français. Les jeunes recherchent dans la télévision marocaine un moyen d'améliorer leur connaissance du dialecte marocain mais aussi, plus globalement, de la culture marocaine. Mais à croire une enquête¹, le recours aux médias du pays des parents semble avoir une influence limitée sur le degré de maîtrise de la langue des parents.

Ces programmes sont toutefois prisés pendant le mois du Ramadan. Les pratiques télévisuelles en famille prennent, en effet, un tournant où les chaînes marocaines et certaines chaînes arabophones à contenus religieux sont plus regardées, surtout, au moment de la rupture du jeûne, à l'image d'ailleurs de ce qui se passe également au Maroc. « Pendant le mois de ramadan, on regarde plus, en famille, les chaînes marocaines et Iqraa. » (Nora, 22 ans).

Le mois de jeûne passé, peu d'interviewés manifestent un intérêt aux chaînes de télévision religieuses. Notons que les chaînes transnationales à contenus religieux diffusés depuis certains pays du Golf sont plus appréciées que la chaîne équivalente marocaine : Iqraa semble faire la référence sur ce thème. Assadissa, chaîne marocaine à contenus religieux, n'est jamais citée.

Très peu d'interviewés déclarent prendre l'initiative de regarder les chaînes à contenu religieux. Ce constat rejoint celui d'Alec G. Hargreaves et Dalila Mahdjoub (1997) quand ils écrivent que le contraste le plus frappant entre les générations concerne les émissions religieuses, que ne regardent jamais ou très rarement les jeunes. Il s'agit avant tout d'un choix télévisuel des parents. Ces derniers invitent leurs enfants à regarder des émissions religieuses et leur traduisent parfois les propos tenus dans les émissions des chaînes telles que Iqraa.

Dans des situations jugées « cocasses » (des images de nudité, bisous prolongés, par exemple), ces chaînes religieuses jouent le rôle de chaînes-refuges : « quand on regarde la télévision française en famille, si des images de femme dénudée apparaissent sur l'écran, mon père ou ma mère ont toujours la télécommande à la main pour passer sur Iqraa ou sur la chaîne marocaine Almaghribia » (Imane, 23 ans).

Les chaînes arabophones très peu regardées

Si les chaînes marocaines ne sont pas regardées de façon régulière par les interviewés, les chaînes arabophones transnationales sont encore plus délaissées pour les raisons évoquées précédemment. « J'aurais bien aimé comprendre les chaînes arabophones, j'aurais bien aimé croiser l'information donnée en France et celle des chaînes arabophones mais l'obstacle de la langue est là », (Samir, 24 ans). Si la réception des chaînes de télévision arabes satellitaires favorise à la fois la diffusion les différents dialectes (égyptien, libanais, marocain, tunisien, etc.) et la langue arabe littéraire. Cependant, beaucoup sont les familles qui n'en ont pas la maîtrise de cette dernière.

¹ Ministère de la Culture et de la Communication Délégation générale à la langue française et aux langues de France, *La langue arabe en France*, 3-5 février 2011, Actes de la table ronde organisée au salon Expolangues - Paris, Porte de Versailles, p. 27

Même si elles ne sont pas regardées, les chaînes d'information sont appréciées par certains jeunes parce qu'elles reflètent à leurs yeux « le point de vue arabe » et permettent de donner « une interprétation différente » des événements et de l'actualité mondiale. Regardée par certains interviewés dans sa version anglaise, Aljazeera est la plus appréciée. « Aljazeera, c'est l'opinion arabe. Je regarde cette chaîne en anglais pour connaître l'avis des pays arabes sur un événement donné. Ceci me permet d'avoir un son de cloche de ce côté du monde. On ne peut pas avoir le bien d'un côté et le mal de l'autre. Noir d'un côté et blanc de l'autre. Pour moi il n'y a que des nuances de gris. » (Abdel, 22 ans).

Les bouquets, comme la Rotana et MBC trouvent peu d'amateurs. Si certaines filles interviewées déclarent les regarder, c'est pour les comparer aux deux chaînes marocaines qui selon elles ont beaucoup de progrès et d'efforts à déployer pour concurrencer les chaînes arabes transnationales en émissions de divertissement.

Conclusion

Comme déjà précisé, les éléments recueillis ne peuvent prétendre à une représentation des pratiques télévisuelles des jeunes issus de l'immigration marocaine. Ils permettent néanmoins d'esquisser des grandes tendances :

- Contrairement au discours stigmatisant sur les pratiques télévisuelles des jeunes issus de l'immigration maghrébine, ces entretiens montrent qu'il n'en est rien. Ces jeunes partageant un référent socioculturel commun avec les jeunes de leurs âges, issus d'autres cultures. Celui-ci se traduit, entre autres, par l'origine des programmes consommés, en famille ou individuellement durant l'année.
- Les bouquets satellitaires semblent être délaissés par la majorité de nos interviewés. Cette désertion est due non seulement la barrière de la langue mais également à la nature des programmes proposés perçus comme éloignées de leurs préoccupations. Une majorité des jeunes interviewés affichent plus d'intérêt pour les chaînes de télévision françaises. Pour d'autres, certains chaînes satellitaires arabes d'information, plus particulièrement Aljazeera, sont leurs yeux le reflet de « la voix arabe » qui donne une « autre vision » du monde. Quant aux chaînes à contenus religieux, choisies par les parents, elles sont regardées essentiellement durant le mois de Ramadan, en famille.
- Certains jeunes insistent sur les choix télévisuels qui les différencient de leurs parents. Les pratiques télévisuelles ne sont, en effet, pas identiques chez les membres d'une même famille. Si les parents ont une préférence pour les chaînes de télévisions arabes, les enfants affichent le plus souvent un intérêt pour les chaînes françaises qui, à leurs yeux, parlent de la réalité qu'ils vivent La multiplicité des postes dans le foyer ; la diffusion multi-support contribue de plusieurs en plus à multiplier les espaces-temps de la consommation télévisuelle dans une même famille.
Ne peut-on pas voir là une nouvelle configuration familiale où se superposent non seulement des rapports de générations mais également des rapports qui convoquent un capital culturel différencié entre les parents et leurs enfants ?

Bibliographie

ASBU, Rapport annuel, 2010, Al Bath Alfadai Al Arabi, les chaînes de télévisions arabes satellitaires, Tunis, 160 pages, document en langue arabe.

BATTEGAY A., 2001, « Les cultures incertaines des jeunes issus de l'immigration maghrébine », *Hommes&Migration*, n° 1231, pp. 5-14.

BENCHENNA A., 2011, « Médias et migration marocaine : les politiques publiques conquises par la communication », Colloque *Médias et migrations dans l'espace euro-méditerranéen*, ANR mediamigraterra, Actes en cours de publication.

- CERQ, Jeunes issus de l'immigration : une pénalité à l'embauche qui perdure..., N° 226, janvier 2006, 4 pages
- DAGHMI F., 2011, Politiques des télévisions transnationales marocaines, *ESSACHESS. Journal for Communication Studies*, vol. 4, n°. 1(7) / 83-92, 4 pages.
- DE BOISHUE J., *Banlieue mon amour*, éditions la table ronde, Paris, 1995, 223 pages
- DONNAT O., 2009, *Les Pratiques culturelles des Français à l'ère numérique*, Enquête 2008, Ministère de la culture et de la communication / La Découverte, lieu + nombre de pages
- DONNAT O. 2011, *Pratiques culturelles, 1973-2008 : Dynamiques générationnelles et pesanteurs sociales*, ministère de la Culture et de la communication, 36 pages
- GONZALEZ-QUIJANO Y, GUAAYBESS T., 2009, *Les Arabes parlent aux Arabes : la révolution de l'information dans le monde arabe*, Arles, Sindbad - Actsud, 272 pages
- HAENNI P., 2005, *l'Islam de marché : l'autre révolution conservatrice*, Paris, Le Seuil, La République des idées, 108 pages.
- HARGREAVES, A., MAHDJOUB D., 1997, Antennes paraboliques et consommation télévisuelle des immigrés, *Hommes&Migration*, no1210, pp. 111-119.
- LAMLOUM O., 2007, De «la nocivité» des chaînes satellitaires arabes, in Tristan Mattelart (sous direction), *Médias, migrations et cultures transnationales*, Paris De boeck-INA, 158 pages
- LYNCH M., 2006, *Voices of the New Arab Public : Iraq, Al-Jazeera, and Middle-East Politics Today*, New York, Columbia University Press, 320 pages.
- MATTELART T. (sous direction), 2007, *Médias, migrations et cultures transnationales*, Paris De boeck-INA, 158 pages
- MINISTERE DE LA CULTURE ET DE LA COMMUNICATION, 2011, *La langue arabe en France*, 3-5 février 2011, Actes de la table ronde organisée au salon Expolangues - Paris, Porte de Versailles, 51 pages
- OCTOBRE S., 2009, *Pratiques culturelles chez les jeunes et institutions de transmission : un choc de cultures ?*, ministère de la Culture et de la Communication, Département des études, de la prospective et des statistiques, volume 1, 8 pages
- SAYAD, A., 1999, *La double absence*, Paris, Le Seuil, 437 pages.
- WIHTOL de WENDEN C., 1999, Les «jeunes issus de l'immigration» entre intégration culturelle et exclusion sociale, In DEWITTE Philippe, *Immigration et intégration : l'état des savoirs*, Paris, Editions la Découverte, textes à l'appui / Série l'état des savoirs, 438 pages.

Aljazeera ou l'information sans frontières dans le monde arabe

Mohamed Bendahan <mhbendahan@yahoo.fr>

DESTEC – FLSHR, Université Mohammed V – Agdal, Rabat

Depuis l'arrivée des chaînes satellitaires internationales, la réception et la consommation médiatique des téléspectateurs arabes avaient commencé à changer, mais depuis l'avènement des chaînes arabes d'information continue, des mutations profondes dans le paysage audiovisuel arabe se sont produites. Les monopoles ont été secoués et les opérateurs locaux poussés à revoir leurs lignes éditoriales.

S'ajoute à cela une explosion informatique dans les pays du sud, qui vient corroborer cette thèse. Ces nouvelles technologies vont constituer une bouffée d'oxygène pour la jeunesse arabe en quête d'un idéal social. Les avatars et relations virtuelles vont dominer les échanges à travers les forums de chat et les réseaux sociaux. Les rencontres humaines, restreintes par les frontières et les visas, vont glisser vers la toile. La mobilité virtuelle s'impose à toutes les sociétés arabes.

Les réseaux sociaux tels Facebook ou Twitter ont fait leur apparition dans la vie des jeunes qui aspirent à un avenir meilleur. Les chaînes internationales vont vite comprendre l'importance de ces réseaux et vont les associer à leur conquête de l'information.

À la lumière des soulèvements dans le monde arabe, nous allons essayer de traiter le rôle des médias transnationaux dans l'émergence de nouvelles opinions et comportements des citoyens arabes, et de déterminer les relations qu'on peut établir entre la réception de ces médias et les soulèvements populaires.

Introduction

Le concept d'information en continu, imposé par CNN, dans les années 1990-1991 pendant sa couverture de la guerre en Irak, est axé sur la diffusion, en temps réel, des images et des commentaires qui impliquent le téléspectateur. L'information suscite ses réflexions et ses émotions, voire même la sensation de participer aux événements qu'il est en train de regarder. CNN avait relayé toutes les vérités et les mensonges de la guerre du Golfe et de celle de l'Afghanistan (Mercier, 2005). Dans ce contexte, en 1996 est née Aljazeera, chaîne d'information en continu du Qatar, petit pays du Golfe. Son évolution était marquée par la diffusion d'un certain nombre de messages exclusifs d'opposants politiques et islamistes.

Elle a médiatisé la voix et l'image de Ben Laden, a accompagné le conflit israélo-palestinien et les déclarations des prisonniers de Guantanamo. Cependant, les révolutions arabes, dites « printemps arabe », ont constitué pour Aljazeera un terrain de notoriété, de même que la guerre du Golfe pour CNN. Ce parallèle est traduit par le quasi-monopole de l'information sur les soulèvements dans le monde arabe. Cet article résume un an (2011) d'observation de l'actualité sur cette chaîne.

L'objectif est de répondre à une question centrale : quel est le rôle de la chaîne Aljazeera dans l'émergence de nouvelles opinions et comportements des citoyens arabes ?

Nous allons donc essayer de voir comment cette chaîne a pu acquérir une place primordiale dans la couverture des soulèvements populaires dans le monde arabe face à ses consœurs d'autres pays. Et quel rôle auraient pu jouer les émissions d'information et de débat dans la médiatisation et la diffusion des soulèvements arabes ?

Pour répondre à ces questions, nous allons analyser un corpus de journaux télévisés et émissions de débat, constitué par « La moisson du jour (Haçad Al Yawm) », « Au-delà de l'information (Ma waraa Al Khbar) », « La direction opposée (Al Ittijah Al Môakiss) », « Sans frontières (Bila Hodoude) ». Nous avons réalisé un enregistrement, au hasard de ces émissions, depuis le mois de mars 2011 jusqu'au mois de septembre. Le choix du moment d'enregistrement est motivé par l'importance accordée aux événements arabes qui coïncident avec cette période. Notre but consiste aussi à dégager les différentes caractéristiques du discours de la chaîne Aljazeera en association avec d'autres formes de médias comme internet et les réseaux sociaux (Facebook et Tweeter).

Notre méthodologie est basée sur une analyse de contenu des émissions, qui permet de dégager, dans le cadre de ces événements, la ligne éditoriale de la chaîne, son mode de couverture et ses techniques de diffusion de l'information en continu.

Dans le processus de l'information, la constitution d'une vision claire sur le monde doit être véhiculée par des moyens symboliques après un choix parmi les faits enchevêtrés de la réalité. Ce choix permet le passage de la réalité à sa mise en récit en délimitant le début et la fin dans le temps et dans l'espace.

Un discours d'implication et d'amplification

La plupart des émissions analysées, et surtout celles de débat, « La direction opposée (DO) » et « Sans frontières (SF) » véhiculent un discours impliqué dans les révolutions plus qu'une simple analyse de la situation. L'analyse, par exemple, des propos du présentateur (Fayçal Al Kassem : DO) montre un homme impliqué dans son discours et se basant sur la citation pour marquer une pseudo-distance.

La chaîne construit sa ligne éditoriale sur les dichotomies de l'opposition et de la controverse (l'opinion et l'opinion inverse) (pro vs anti), (virulent vs calme), alors que les médias, par exemple, favorisent le procédé "analyse/explication/interprétation" de la situation politique, économique et sociale, en faisant référence aux enchaînements et à la cohérence logique des propos tenus sur l'actualité. L'argumentation d'Aljazeera privilégie la confrontation d'opinion et la recherche d'une synthèse qui promeut les orientations de la position dominante, en cherchant un terrain d'entente.

« Pour qu'il apparaisse nécessaire d'argumenter, notent Claude Jamet et Anne-Marie Jannet, il faut que, sur cette base d'une communauté d'opinions, se manifeste une différence. En effet, s'il y a désir de convaincre, c'est qu'existe une différence d'opinion, une distance, entre l'orateur et l'auditoire et, parallèlement, s'il y a espoir de convaincre, c'est qu'existe aussi, entre eux, cette base commune », (Jamet et Jannet, 1999, p. 265). En général, le discours médiatique de la chaîne joue sur l'opinion collective, mais il exploite aussi la dimension communautaire, plus ciblée. Cette pratique argumentative allie deux registres symboliques différents mais complémentaires : le texte et l'image.

Ces deux dimensions du langage permettent de rassembler les ingrédients de la démonstration et le primat de la preuve. Le téléspectateur est attiré par la simultanéité ou l'oscillation entre le récit et la réalité, le pouvoir suggestif des mots et le pouvoir de vraisemblance de l'image.

Au début des événements en Tunisie, l'image des manifestants est présente presque 24/24, avec toutes les catégories : les brûlés, les blessés, les pacifiques, les déchaînés, les morts, etc.

Mais le traitement de cette actualité a fait un glissement vers le primat des commentaires off où on voit défiler les pancartes et les slogans de la révolution. La parole est donnée, dans les émissions en direct du terrain, aux opposants et parfois même à de simples manifestants. Les journalistes, originaires de Tunis comme Krichan, de Syrie comme Al Kassem, du Maroc comme Nacer, etc., traitent les sujets d'une façon où la parole des opposants a plus d'écho.

L'information est intimement liée dans l'imaginaire du téléspectateur aux émissions consacrées à l'exercice du "faire savoir" des changements qui interviennent d'une façon significative dans la réalité du monde. Ces changements qui surviennent dans le cours de la vie de la société, dans des conditions sociales et historiques particulières et sous l'œil d'un acteur averti, forment la base de l'événement comme « modalité transparente de l'information ».

L'information est donc le moyen utilisé par un ensemble de supports médiatiques pour mettre en mots, ou en mots et en images, un certain nombre d'événements. Cette opération, prévue pour rendre compte de la réalité, obéit, selon Éliséo Véron, (Véron, 1981, p. 8) à deux principes : un principe de "représentation" de la réalité, à travers lequel l'instance émettrice essaie de "coller" à l'événement, et un principe de "reconstruction" fidèle aux techniques de mises en mots et en images de la réalité événementielle.

Dans le cadre de communication et de rapport avec le téléspectateur, le discours informatif possède, comme l'a montré Andréa Semprini (Semprini A., 2000), trois phases essentielles qui

clarifient les rôles de l'information : la première est le "déchiffrement de la complexité" qui montre le souci d'objectivité et de neutralité auxquels l'information tente de se conformer pour médiatiser les faits du réel ; la deuxième est une mission qui réside dans "l'interprétation et le commentaire", c'est-à-dire la capacité de l'information à expliquer les phénomènes du Monde actuel de façon à les rendre lisibles pour un grand public ; et enfin la troisième fonction concerne le "guidage et la facilitation", qui est en quelque sorte un acte perlocutoire, une actualisation et une prise de décision de la part du téléspectateur à la suite de la prise de connaissance d'une information quelconque.

Dans les événements arabes, l'information est basée sur une dualité : les systèmes arabes médiatisés et contestés par Al Jazeera et les soulèvements, qui constituent une nouvelle donne dans ce paysage.

La construction de la réalité

Dans la construction de la réalité, le discours informatif est destiné à être interprété par un large public qui doit le juger et le jauger à partir d'un ensemble de critères, notamment le degré de vérité véhiculé par les messages et l'émotion qu'ils suscitent chez le public. Patrick Charaudeau note que « le discours d'information médiatique se définit par une double visée de crédibilité et de captation. (...) [La première] consiste à "faire croire" (c'est-à-dire "faire savoir" et "faire partager") que ce qui est dit, décrit, raconté, montré, est vrai. C'est donc la vérité que, pour une part, l'instance médiatique doit mettre en scène. (...) [La seconde] consiste à intéresser le plus grand nombre. L'intérêt - notion vague - peut être suscité chez un sujet soit en touchant son intellect, soit en touchant son affect », (Charaudeau, 2001, p.10).

Il est clair que la chaîne Aljazeera a bâti son empire informationnel sur le traitement de l'actualité en deux temps : d'un côté, le choix d'une médiatisation de la réalité sociale, politique, économique et religieuse du monde arabe, d'un autre côté, la recherche d'un positionnement par rapport aux médias occidentaux dits professionnels. Elle a utilisé les mêmes journalistes formés au service arabe de la BBC et les mêmes moyens de couverture de l'actualité. Tous les CV, diffusés sur le site de la chaîne, mentionnent le passage de ses vedettes par les médias internationaux comme la BBC.

La notion de crédibilité du discours de l'information s'appuie sur deux critères essentiels selon Muriel Hanot, (Hanot, 2002) à savoir le sérieux et le plaisir, dans la mesure où le premier garantit l'authenticité du discours, tandis que le second vise la satisfaction du public. Selon le même auteur, aucun genre informatif n'échappe à la spectacularisation, du magazine au débat en passant par le journal télévisé, qu'il soit diffusé en direct ou en différé, enregistré à l'extérieur ou en plateau. Les nombreux procédés de mises en scène du réel, développés au cours des années, concourent donc tant à renforcer l'authenticité que le sérieux de l'information.

La télévision doit sa popularité, entre autres, à une couverture immédiate et instantanée de l'actualité dans le monde. Le direct télévisuel est à la fois une technique et une promotion de l'information télévisée. Grâce à l'évolution technique des moyens de communication à distance, le direct semble effacer toutes les contraintes liées au temps et à l'espace. Il occulte, sous sa forme diffusée, le travail des intermédiaires, et permet à l'espace du journal télévisé de devenir une fenêtre ouverte sur le monde de l'actualité dans sa phase primaire, ou du moins telle qu'elle se présente à l'œil de la caméra qui la filme et au regard du présentateur ou de l'envoyé qui la commente. Cette forme d'ubiquité dont jouit le JT lui procure une certaine crédibilité et l'adhésion de la part du téléspectateur à un "contrat de visibilité".

Dans une recherche de parole authentique, le dispositif du direct multiplie les interventions sur le terrain : la proximité de l'événement est une condition nécessaire pour prolonger le regard du téléspectateur. L'intervention d'une autre voix sert à authentifier le récit et à faire coïncider le présent de l'émission avec celui du réel. Elle laisse croire à une quasi simultanéité entre le temps de l'événement et celui de la réception.

Pour l'analyse du direct d'une chaîne d'information en continu comme CNN, Andréa Semprini avait insisté sur le fait que le direct affecte trois niveaux majeurs : d'une part, "la compression du temps" où les moments de la production de l'événement, de sa diffusion et de sa réception maintiennent des relations complexes ; d'autre part, "l'élimination de la filière des médiateurs", qui rapproche au maximum l'événement "source" de sa vision en laissant entendre au téléspectateur qu'il est en train de suivre les faits d'une "réalité brute" ; et enfin, "l'effet de vérité" qui découle de la façon dont les faits coïncident avec la réalité et assument un discours de transparence de l'événement.

Ces procédés sont repris par Aljazeera dans sa couverture en direct des événements de masse. Le téléspectateur est même transporté dans certains plans fixes de la place Tahrir (en Égypte) ou sur les grands axes des centres-villes en Tunisie. Les plans sont presque des prises de caméras de surveillance, avec des plans fixes qui donnent l'impression au téléspectateur de faire partie de la manifestation (c'est chez lui). L'utilisation du téléphone portable a permis une improvisation de correspondants sur le terrain. Le téléspectateur devient acteur.

Dire la vérité ou renforcer l'adhésion

Le discours médiatique essaie de s'appuyer sur la diffusion d'une certaine vérité de la réalité. L'un des buts majeurs du direct est en effet de pouvoir prouver au téléspectateur que ce qu'il reçoit est fidèle à l'image de la réalité. C'est l'éloge du vrai et de l'authentique. À cet effet, les journaux télévisés sont toujours à l'affût de l'information rare, recourent au témoignage et à l'image. Le témoignage permet de certifier le discours par l'expérience personnelle du témoin au moment où l'image atteste la transparence en laissant croire à l'absence de tout intermédiaire entre le téléspectateur et la réalité.

Dans son discours, Aljazeera mise sur la vérité. Sa position professionnelle et matérielle (40 bureaux dans le monde, 3000 collaborateurs et 50 nationalités de journalistes), lui permet d'occuper en permanence le terrain. En voix off, les images défilent, les tirs et les rafales détonnent, les slogans fusent, les morts gisent par terre ou sont célébrés sur des civières. Certaines images pourraient même tomber sous les restrictions de « interdit au moins de 12 ans ».

Bien que la véracité du discours tenu sur un événement soit souvent liée aux preuves, à la parole du commentateur et des experts, ainsi qu'aux images, plusieurs chercheurs insistent sur le fait que les médias ne peuvent transmettre qu'un "effet de vérité" dans la mesure où la réalité décrite est d'abord une réalité symbolique.

Le journal télévisé instaure un jeu de renvois, de digressions et d'interpellation qui renforcent le pouvoir d'ubiquité de l'actualité et l'implication du téléspectateur : « ce dispositif, notent Claude Jamet et Anne-Marie Jannet, inclut le téléspectateur dans l'acte de communication. Cette inclusion est bâtie sur une illusion qui passe, entre autres, par le regard, et sur une réalité, le direct », (Jamet et Jannet, 1999, p. 59). L'implication du téléspectateur par le regard dans le dispositif de l'information se passe comme un jeu de miroir, dans lequel le principe de l'identification est un enjeu majeur consistant à établir et garder le contact. Ce "contrat médiatique" lie l'instance émettrice et le public.

Les journaux d'Aljazeera, depuis le début des soulèvements, non seulement cherchent à impliquer le téléspectateur, mais sont eux aussi impliqués dans l'actualité qu'ils couvrent. La partialité, avec un soutien net et clair pour les soulèvements, est affirmée dans tous les journaux visionnés et analysés. Cette attitude trouve un écho positif chez le public arabe.

Le débat et l'autopromotion

Pendant longtemps, les débats publics sur les sujets politiques, économiques et sociaux étaient bannis des écrans des télévisions arabophones, ou du moins très rares. La télévision d'État chercherait plutôt à asseoir la légitimité politique des Pouvoirs en place (une sorte de propagande)

au lieu d'instaurer une parole citoyenne, qui risquerait de formuler une critique de la société (Ginet, 2005).

Ces dernières années, on constate une ouverture sur ce genre de parole publique, pratiquée par chaque chaîne à sa manière. Sur les chaînes officielles, la nature des sujets est toujours d'intérêt public, mais la nouveauté réside dans la prise en charge de certains aspects de la société, jadis tabous, notamment la corruption, les Droits de l'Homme, les problèmes du sous-développement, etc. Cependant, ce genre de débat reste prisonnier de la bipolarité journaliste/homme politique, ou journaliste/spécialiste. La participation du public commence à peine à faire son chemin dans ce genre d'émission.

Les émissions de débat constituent actuellement le principal atout de certaines chaînes comme Aljazeera. La participation en direct du téléspectateur et la confrontation d'opinions diverses marquent une ère nouvelle de la prise de parole publique à la télévision arabophone. Tous les moyens techniques actuels comme le téléphone, l'internet, l'iphone, etc. sont exploités par la chaîne pour rapprocher le téléspectateur de la discussion. La chaîne continue son lien de proximité avec le téléspectateur arabe.

Utilisation de titres accrocheurs

C'est le premier contact du téléspectateur avec la programmation de chaque chaîne. Il représente la vitrine où sont exposés les éléments les plus attrayants, les mieux organisés pour persuader le téléspectateur que telle émission est plus intéressante que telle autre, que tel programme est plus riche et plus original que tel autre, et enfin que telle chaîne est unique dans son genre. Nous avons pu observer sur les chaînes arabophones, en général, une mode de surenchère de choix de titres d'émissions de plus en plus centrés sur la liberté d'expression et le droit au dialogue et à l'opposition des opinions. Ces émissions tentent, en fait, de montrer une certaine réalité, la réalité télévisuelle d'une société en mutation dans sa recherche de vérité et du politiquement correct.

L'analyse des titres des émissions (de débat) « La direction opposée » et « Sans frontières », montre qu'il s'agit d'abord d'être en face de la différence, d'affronter la contestation, de passer d'un point de vue unique à une pluralité de voix. Le studio, lieu de débat, est aussi un lieu de tension et de confrontation. Il est même parfois la scène d'insultes et de disputes entre les participants et non leurs points de vue.

Dans sa recherche de vérité, Aljazeera est une chaîne qui exploite la symbolique du titre pour marquer son orientation et se différencier des autres chaînes. D'une part, sur le plan lexical, tous les titres des émissions de débat (ou documentaires) sont composés seulement de deux mots pour marquer et imprimer la mémoire du téléspectateur ; d'autre part, sur le plan sémantique, toute la charge significative est condensée dans le choix de cette télévision à diffuser toutes les opinions et à discuter de tous les sujets dans n'importe quel pays. Dans l'ensemble des émissions : « La direction opposée », « Entretien ouvert » ou « Sans frontières » (et d'autres comme "sous le microscope", "point chaud", "hautement secret", etc.), l'objectif est toujours le même : traiter les sujets qui fâchent, qui dérangent les systèmes de pouvoir en place dans le monde arabe.

On peut catégoriser ces émissions en trois axes : la confrontation, le questionnement et la dramatisation spectaculaire. Les thèmes retenus doivent traiter d'une question importante, qui s'inspire directement de la réalité et des événements qui marquent le téléspectateur. On est passé du principe de l'Umma (nation) arabe à la révolution, à l'exploitation soulèvements sous leurs multiples facettes : les défis des pays comme la Tunisie et l'Égypte, la poursuite des revendications dans les autres pays, l'opposition, l'islamisation, le rôle de l'Occident dans les soulèvements, etc.

Utiliser les réseaux sociaux et renforcer l'autopromotion

Dès ses débuts, la chaîne Aljazeera assurait son autopromotion par divers moyens comme les jingles professionnels, avec un univers sonore particulier, les montages des différentes émissions-phares et les coupures d'auto-publicité à l'intérieur des journaux ou des émissions de débats

(Hugh, 2006). Cependant, lors de la couverture des soulèvements, on voit apparaître des pancartes au nom de la chaîne, sur le terrain, agitées par de petits groupes de manifestants. Ces images signent une reconnaissance de la chaîne, comme une composante intrinsèque de la révolution.

La censure opérée contre Aljazeera dans la plupart des pays ciblés, l'a amenée à développer l'accès à autre type de médiatisation, notamment le recours aux réseaux sociaux comme Facebook, Twitter et Youtube.

L'évolution des moyens de communication via internet est, sans conteste, un élément nouveau dans la construction de la citoyenneté dans le monde arabe. Depuis 2007, on assiste déjà à la prolifération de blogs et de sites vidéo (youtube) comme espace d'échange de l'information et parfois de dénonciation de certaines pratiques comme la corruption, etc.

De même, le partage et l'utilisation des réseaux sociaux en tant que source d'information est une nouveauté structurelle dans le parcours d'Aljazeera. Dès le début des soulèvements de Sidi Bouzid, en Tunisie, Aljazeera a misé sur les réseaux sociaux et les techniques du web pour pallier à son absence sur le terrain. Les vidéos partagées et les commentaires de correspondants improvisés ont produit un effet de catalyseur, sinon d'acteur (ou du moins d'accompagnateur) des événements. À partir de ce moment, l'information relayée par les blogs va avoir un poids considérable. Cependant, l'association d'Aljazeera avec les réseaux sociaux va plutôt apparaître au niveau de la diffusion des images et des témoignages.

En Égypte, malgré la coupure d'internet, d'autres solutions palliatives ont été mises en place par Google et Twitter pour que les manifestants puissent envoyer leurs messages. La coupure d'Aljazeera sur Nilesat va lui permettre de diffuser sur d'autres bandes. Pendant ce bref moment de coupure, la plupart des téléspectateurs se sont trouvés sur Al Hurra, jugée plus équilibrée que les autres chaînes arabes du Golfe.

Conclusion

Les médias internationaux, notamment Aljazeera et les réseaux sociaux, ont eu un effet important sur la transmission et la circulation de l'information dans le monde arabe pendant les soulèvements appelés « printemps arabe ». Ils ont instauré des standards professionnels élevés pour la télévision et la presse arabe, en acceptant une plus grande tolérance quant à la diversité des opinions et en engageant le débat sur les problèmes régionaux. Au cours de ce processus, l'information politique internationale a levé les tabous liés aux risques de la répression politique.

Dans la plupart des pays arabes, le champ médiatique est en construction. Les médias deviennent peu à peu des composantes de la vie politique. Les nouveaux dirigeants, dans les pays qui ont opéré des changements, ont compris l'importance de la presse, de la télévision et d'internet pour construire une société plus démocratique.

Aljazeera joue aujourd'hui un rôle très important dans la formation de l'opinion publique arabe. La couverture des soulèvements de 2011 montre que cette chaîne continue son développement, voire son hégémonie, dans le domaine de l'information panarabe et internationale. Elle a su exploiter les technologies récentes du direct, notamment par le biais des réseaux sociaux, Twitter et Facebook. Cette alliance technologique est une sorte de réponse à l'interdiction d'exercer imposée à la chaîne dans certains pays, au détriment de la véracité du contenu de l'information et des règles déontologiques de l'exercice journalistique.

Bibliographie

-
- ARBOIT G. et MATHIEN M. (sous la dir.), (2006), La guerre en Irak. Les médias et les conflits armés, Emile Bruylant, 327 p.
- CHARAUDEAU P. et Alii, 2001, la télévision et la guerre. Déformation ou construction de la réalité, Bruxelles, De Boeck & Larcier, 168 p.
- CROUZET T., 2007, Le Cinquième Pouvoir. Comment internet bouleverse la politique, Paris, Bourin éditeur, 284 p.

- EL OIFI M., 2007, « Faire de la Politique par les médias dans le monde arabe », *Revue Maghreb Machrek*, n°204
- GINET B., (2005), Médias et information dans le monde arabe : les nouveaux hérauts de la démocratisation ? Bruxelles, Fédération Internationale des Journaliste, avec le concours du CERIS, 68 p.
- HANOT M., 2002, Télévision, réalité ou réalisme ? Introduction à l'analyse sémiopragmatique des discours télévisuels, Bruxelles, De Boeck & Larcier, 397 p.
- HUGH M., (2006), Al-Jazira : la chaîne qui défie l'Occident, Paris, Buchet Chastel, 500 p.
- Jamet Claude, Jannet Anne-Marie, 1999, La mise en scène de l'information, Paris, L'Harmattan, 299 p.
- JOST F., 2010, les médias et nous, Paris, Éditions Bréal, 130 p.
- MATTELART T., (sous la dir.), 2002, La mondialisation des médias contre la censure. Tiers-Monde et audiovisuel sans frontières. Bruxelles, De Boeck & Larcier, 203 p.
- MERCIER A., 2005, « Quelle place pour les médias en temps de guerre ? », in *Revue Internationale de la Croix Rouge*, V. 85, pp. 233-244
- SEMPRINI A., 2000, CNN et la mondialisation de l'imaginaire, Paris, CNRS, 180 p.
- SOULAGES J.-C., 1999, Les mises en scènes visuelles de l'information, Paris, Nathan, 219 p.
- VÉRON É., 1981, Construire l'événement, Paris, Éditions de Minuit, 176 p.

Reflets du printemps arabe : Quels sont les acteurs et quel usage des TIC et du Web 2.0 ?

Younès Boughzala <Younes.Boughzala@univ-savoie.fr>
IREGE – IAE Savoie Mont-Blanc – Université de Savoie

Inès Bouzid <Ines.bouzid@mlab.ens-cachan.fr>
M-Lab, Université Paris-Dauphine

Jean Moscarola <Jean.Moscarola@univ-savoie.fr>
IREGE – IAE Savoie Mont-Blanc – Université de Savoie

Tous les observateurs s'accordent sur le fait que le succès rapide du soulèvement populaire dans les pays du sud de la méditerranée n'aurait pas été possible sans les Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) et les réseaux sociaux. Ces nouveaux moyens de communication ont offert à ces peuples un nouvel espace d'auto-organisation pour bien mener leurs révolutions. Quels sont les acteurs et quel usage des TIC et du Web 2.0 ? L'objectif de ce papier est de présenter les résultats de l'enquête réalisée dans le cadre d'un projet de recherche «Reflets Méditerranéens». Il s'agit, dans un premier temps, de comprendre, selon les répondants, le degré d'implication des différents acteurs. Dans un deuxième temps, de confronter les perceptions des répondants des deux rives de la Méditerranée par rapport à l'usage des médias de communication lors du printemps arabe.

L'année 2011 est exceptionnelle. Elle est particulièrement marquée par «le printemps arabe». Aspirations à la liberté, à la démocratie et au bien être... Les manifestants en Tunisie, en Egypte, en Syrie, au Lybie ou encore au Yémen expriment des formes émergentes de la contestation et de l'émancipation. Un mouvement inimaginable en 2010 et singulièrement frappant par l'usage de la téléphonie mobile, d'Internet, de la vidéo et du Web 2.0. Il projette sur la scène du web de nouveaux acteurs et de nouvelles formes d'expressions notamment via les réseaux sociaux. En effet, Twitter, Facebook, Youtube, etc., ont permis de partager les informations en temps réel, d'organiser les manifestations et de motiver les troupes. Ces nouveaux moyens de communication ont offert à ces peuples un nouvel espace d'auto-organisation pour bien mener leurs révolutions et ont permis à la foule de surmonter leur paralysie de peur, ce que, à priori, les médias classiques ne l'auraient pas permis. Quels sont les acteurs et quel usage des TIC et du Web 2.0 ?

Pour répondre à ces questions, nous utilisons les données de l'enquête réalisée dans le cadre d'un projet de recherche «Reflets Méditerranéens»¹. Ce projet regroupe un collectif de chercheurs d'universités françaises et tunisiennes, il vise à étudier la représentation sociale de la démocratie sur les deux rives de la méditerranée (1^{er} volet) et à identifier les acteurs et les médias impliqués dans ces révolutions (2^{ème} volet). Lancée en avril 2011, l'enquête a été administrée, via le net dans différents pays du pourtour méditerranéen. Au final, 826 personnes ont répondu au questionnaire.

L'objectif de ce papier est de présenter les résultats de cette enquête (2^{ème} volet du projet). Il s'agit, dans un premier temps, de comprendre, selon les répondants, le degré d'implication des différents acteurs. Dans un deuxième temps, de confronter les perceptions des répondants des deux rives de la méditerranée par rapport à l'usage des médias de communication lors du printemps arabe. Quels sont les médias et les technologies ayant le plus contribué à ces révolutions ?

¹ Cette étude a été réalisée grâce à la banque de données du collectif de chercheurs du projet «Reflets Méditerranéens» composé de Jean MOSCAROLA (Professeur, Université de Savoie), Cécile PERRET (Maître de conférences, Université de Savoie), Younès BOUGHZALA (Chercheur associé - Consultant, Université de Savoie - Le Sphinx), Meriam KARAA (Maître de conférences, IUT de Quimper, Université de Bretagne Occidentale), Inès BOUZID (Chercheur associé, Université Paris-Dauphine), Delphine MIEGE (Docteur - Consultante, Le Sphinx), Pascal MOLINER (Professeur, Université de Montpellier III), Abdelfattah TRIKI (Professeur, Institut Supérieur de Gestion de Tunis)». Ce projet est mené avec le soutien logiciel et technique de la société Le Sphinx (www.lesphinx.eu).

Tous les observateurs nationaux et internationaux s'accordent sur le fait que le succès rapide du soulèvement populaire dans ces pays n'aurait pas été possible sans les Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) et le Web 2.0 (les réseaux sociaux, blogs, etc.). Qu'est-ce que le Web 2.0 et les réseaux sociaux? Quel est leur rôle dans le printemps arabe ?

Le Web 2.0

Les Sciences et les Technologies de l'Information et de la Communication (STIC) ne cessent de bouleverser les pratiques et les comportements individuels, collectifs et organisationnels (Siebrat et al. 2009). Pendant les cinq dernières années, ce bouleversement est notamment marqué par le développement des technologies Web 2.0 (O'Reilly 2007; Anderson, 2007) ou encore des médias sociaux (Kaplan et Haenlein, 2010). Ces derniers présentent de nouveaux modes de partage d'information et de communication, dans la mesure où elles sont participatives et dont le contenu est généré par les utilisateurs-eux-mêmes (Boughzala et De Vreede, 2011). Elles sous-tendent l'expression de soi, l'interaction sociale et la construction de contenu. Ainsi, le Web 2.0 est défini comme étant *«the business revolution in the computer industry caused by the move to the Internet as platform, and an attempt to understand the rules for success on that new platform. Chief among those rules is this: build applications that harness network effects to get better the more people use them»* (Musser et O'Reilly, 2006).

Cela dit, les technologies Web 2.0 facilitent la capitalisation et les échanges des connaissances (Mielnik et Félix, 2008). Si ces technologies sont favorables à l'innovation collective de par leurs dispositions au développement des interactions et l'apprentissage entre individus, elles seraient anodines sans les utilisateurs. Ces derniers sont particulièrement les jeunes attirés par les nouvelles technologies et qui ont développé des compétences technologiques avec l'avènement d'Internet depuis les années 90. Cette génération d'utilisateurs est appelée la génération «Y» (Dudezert et al., 2008). De la sorte, le bouleversement de l'environnement économique et social actuel provient des technologies 2.0 mais également de leurs utilisateurs. Ces acteurs sont, non seulement, égaux face à l'accessibilité et le partage de l'information et la connaissance mais permettent au travers l'interaction et l'échange de créer de nouvelles connaissances. Ces dernières permettent le développement de ce qu'on appelle l'intelligence collective (Malone et al., 2009). En effet, la socialisation et les rapports entre acteurs de réseaux sont générateurs de connaissances. Cela se passe à travers les discussions, le partage d'informations, l'incorporation des idées, etc. Cela dit, l'environnement actuel ne s'articule alors plus autour des TIC mais principalement autour de l'apprentissage et de l'échange social des acteurs des TIC. Comme l'expliquent Boughzala et De Vreede (2011), dans l'organisation 2.0, les notions de la participation des utilisateurs, les réseaux sociaux et la collaboration ouverte deviennent des fondamentaux. Dans cette recherche, nous nous intéressons à l'implication des utilisateurs.

Les implications et l'usage des réseaux sociaux

Le Web 2.0 se matérialise par plusieurs applications : les blogs, les plateformes Wiki, les mashups, les réseaux sociaux, etc. Un réseau social peut se définir comme *«un ensemble d'individus, organisations ou entités entretenant des relations sociales fondées sur l'amitié, le travail collaboratif, l'échange d'informations...»* (Garton et al., 1997). Ils comportent une forte dimension collaborative et de partage des connaissances et sont considérés comme un espace de convergence des motivations personnelles et professionnelles des individus (Aguiton et Cardon, 2007). Toutefois, on constate aujourd'hui que les individus appartiennent à la fois à différents réseaux sociaux. Les uns et les autres consultent les blogues, Facebook, Twitter, Viadeo, etc., à la fois. Cette interaction indirecte entre ces réseaux ne représente-t-elle pas un des leviers du soulèvement populaire des pays arabes ?

Bien que les réseaux sociaux se construisent sur les connaissances préalables, leur fonctionnement suit une logique identitaire (Mercanti-Guerin, 2010). Cette dernière est fondée sur le partage des

contenus numériques et l'adhésion à des groupes, dont les groupes politiques. Dans leur papier de 2008, Greffet et Wojcik expliquent qu'il est difficile de conceptualiser le débat politique des internautes. Est-il donc possible que le débat politique via Internet et les réseaux sociaux conduit à un débat public ou à un mouvement populaire ? En effet, les travaux de recherche portant sur l'influence d'Internet sur la participation politique mettent en exergue les avis souvent négatifs et violents des participants, tels que le conflit et l'hostilité (Matuszak, 2007). Nous estimons que ces questions méritent d'être étudiées. Nous prenons le cas du printemps arabe pour apporter quelques éléments de réponse, notamment sur les acteurs et les médias utilisés.

Le succès des nouveaux médias dans les événements du printemps arabe

Si les nouveaux moyens d'information ont jusque là modifié le paysage économique (Cohendet et al., 2006¹) des pays à travers la redéfinition des modèles d'affaires et des formes de commercialisation, leurs poids grandissant atteint aujourd'hui la vie politique. En effet, récemment ces réseaux sociaux ont permis de reconfigurer les comportements politiques et ont modifié les pratiques des individus dans la rive sud de la méditerranée. En effet, la révolution tunisienne a surpris tout le monde par un phénomène nouveau (Brun, 2011). Il s'agit du rôle inattendu joué par Internet et les médias sociaux dans le déroulement de la révolution². Dans un contexte marqué par une censure, ces nouveaux moyens de communication ont été là pour pousser les foules à surmonter leur paralysie de peur. La structure des réseaux sociaux était impossible à contrôler comme c'était le cas jusque là. Les informations étaient alors véhiculées à des milliers de personnes dans le monde. La révolte qui était jusque là locale ou nationale est donc passée à une révolte régionale voire «internationale» grâce principalement à ces nouveaux médias.

Facebook, Youtube et Twitter ont joué un rôle déterminant particulièrement dans la révolution tunisienne (Lecomte, 2011) mais aussi dans la révolution égyptienne, libyenne et syrienne. On les appelle même les révolutions «numériques» ou «2.0». Ils sont désormais pris au sérieux par les politiciens. En effet, ils expriment, de manière percutante grâce notamment à la vidéo et les images, les demandes, les souffrances et les besoins de la population qui n'étaient pas entendus auparavant. Les moyens de communications classiques telles que la presse écrite et la télévision ont souvent étouffé la réalité économique, politique et sociale de ces pays. Ces pays ont vécu durant plusieurs années sous un mono-pouvoir qui a anéanti la liberté d'expression, a créé un fossé et séparé les grandes des petites villes en matière de développement économique et social. Comme l'explique un sociologue tunisien, «*les tunisiens ont vécu la dictature, l'hégémonie d'un parti unique sur la scène politique et la monopolisation de la société par des structures para-étatiques, en la quasi-absence d'une société civile ou de partis politiques*».

Cela dit, il n'est possible de comprendre le succès de ces nouveaux médias sans identifier les manques et attentes auxquels ils répondent. De la sorte, les enjeux de ces médias sont différents en fonction de l'espace fréquenté par les internautes. Le principe de ces nouveaux réseaux sociaux est l'UGC pour *User Generated Content* (Stenger et Coutant, 2011), c'est-à-dire la création d'un contenu généré par les utilisateurs. La perception des internautes d'un autre territoire de ce contenu peut alors être différente. Dans le cadre de cette recherche, nous essayons de confronter les perceptions des répondants appartenant aux pays du printemps arabe (rive sud de la méditerranée) à celles des répondants observateurs (rive nord de la méditerranée).

Présentation de l'enquête

L'enquête est réalisée dans le cadre du projet de recherche baptisé «Reflets Méditerranéens» qui vise deux objectifs, à savoir : étudier la représentation sociale de la démocratie sur les deux rives de la méditerranée (1^{er} volet) et identifier les acteurs et les médias impliqués dans les révolutions du monde arabe (2^{ème} volet). Dans ce papier nous nous limitons aux données du second volet.

¹ Brousseau, E., Cuerin, N., (2007), *Internet and digital economics*, Cambridge University Press.

² Elodie Auffray, «Tunisie: les réseaux sociaux ont été une pièce maîtresse de cette révolution», *Libération*, 18 janvier 2011.

Lancée en avril 2011, l'enquête¹ a été administrée, en quatre langues (anglais, arabe, espagnol et français), via le net (e-mails, Twitter, Facebook, Viadeo...) dans différents pays du pourtour méditerranéen (Algérie, Maroc, Tunisie, France, Espagne...) auprès des contacts des membres du collectif. Une sorte d'enquête miroir, son originalité consiste à combiner la proposition de questions (fermés et ouvertes) et le recours à d'images² représentant les révoltes en cours (36 images présentées sur deux murs d'images) aux répondants. Le questionnaire est réparti en deux parties : 1) la perception du printemps arabe (les raisons et causes de ces événements) et de la démocratie (les espoirs), 2) les différents acteurs et médias impliqués.

Les résultats de l'enquête

Au final, 826 personnes ont répondu au questionnaire³ dont la majorité sont des tunisiens et des français (40,2% et 40,8%). Plus de 54% des répondants sont du sud de la méditerranée (45,4% des répondants sont du nord de la méditerranée). Les répondants sont plutôt des jeunes avec une moyenne d'âge de 32,74 ans (Médiane = 30 ans). Ce qui donne à cet échantillon une certaine représentativité des personnes qui ont manifesté dans les rues de ces pays. De même, 44,2% sont des femmes et 55,8% sont des hommes. 87,8% habitent dans une ville moyenne ou grande et 84,3% se déclarent de la classe moyenne. Le niveau d'étude des répondants est plutôt élevé. En effet, 96% ont effectué des études supérieures (uniquement 0,5% pour un niveau de scolarité obligatoire et 3,5% ont un niveau de baccalauréat). Par rapport aux événements du printemps arabe, 93,9% des répondants se déclarent très intéressés (uniquement, 6,1% ne le sont pas). Les personnes intéressées par ces événements sont plutôt les femmes et les moins de 40 ans (principalement ceux entre 20 et 30 ans).

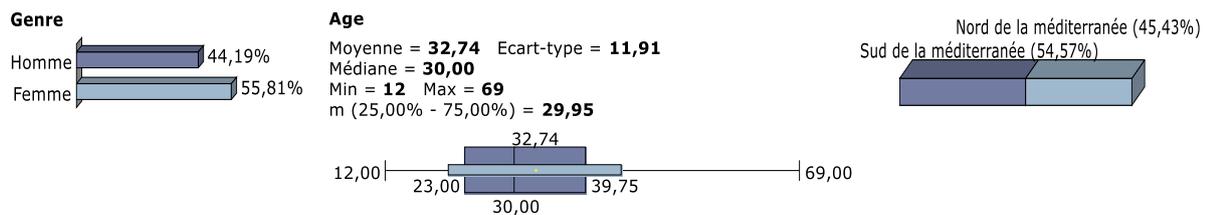


Tableau 1 : Les caractéristiques des répondants

Les perceptions du printemps arabe

Nous étudions dans ce qui suit les différentes raisons mais aussi les représentations des ces événements dans l'esprit des répondants.

Les raisons de ces événements

Selon les répondants à cette enquête, les raisons de ces événements sont classées par ordre décroissant comme le montre le tableau 2 (une note sur 10). Pour les répondants du sud, les trois raisons les plus importantes sont la corruption, le chômage et le manque de liberté d'expression. Pour les répondants du nord, ce sont la corruption, le manque de liberté d'expression et le partage inégal des richesses.

¹ <http://www.sphinxonline.net/IregeSI/reflets/questionnaire.htm>

² Ces images sont sélectionnées de manière consensuelle par le collectif des chercheurs. Collectées sur Internet, elles représentent les événements du printemps arabe et les différentes dimensions généralement reconnues comme nécessaires (liberté de la presse, liberté d'expression, droit de vote...) ou au contraire nuisibles à l'établissement d'une démocratie (corruption, inégalité...). Dans le questionnaire, elles apparaissent aux répondants sur deux murs de manière aléatoire. Les répondants invités à choisir trois et à expliciter leurs choix afin de générer du contenu.

³ Les réponses se caractérisent par un taux de remplissage global de 82,4%, ce qui montre la bonne implication des répondants et par conséquent la bonne qualité des réponses. Les réponses sont analysées grâce au logiciel Sphinx iQ.

Sud de la méditerrané	
	Moyenne
La corruption	9,17
Le chômage	8,71
Le manque de liberté d'expression	8,70
Le partage inégal des richesses	8,61
L'absence d'indépendance de la justice	8,51
Le manque de perspectives pour les jeunes	8,41
La pauvreté	7,73
L'absence de liberté de la presse	7,73
Le poids de la bureaucratie	6,87
Les obstacles à la liberté d'entreprendre	6,86
La généralisation de l'éducation	4,59
Total	7,84

Nord de la méditerrané	
	Moyenne
La corruption	8,56
Le manque de liberté d'expression	8,53
Le partage inégal des richesses	8,50
Le manque de perspectives pour les jeunes	8,45
Le chômage	7,68
L'absence de liberté de la presse	7,66
La pauvreté	7,56
L'absence d'indépendance de la justice	7,46
Les obstacles à la liberté d'entreprendre	6,65
Le poids de la bureaucratie	5,83
La généralisation de l'éducation	5,50
Total	7,55

Tableau 2 : Les raisons des événements du printemps arabe

La carte factorielle (Figure 1) analysant les accords et les controverses des répondants sur les raisons de ces événements (les raisons selon leur niveau de contribution aux événements (moyenne élevée) et selon le niveau du consensus (1/écart-type)) montre que les raisons unanimement considérées comme explicatives des événements sont (cadran du haut à droite) : la corruption, le manque de liberté d'expression, le chômage, l'inégalité, le manque de perspectives pour les jeunes et l'injustice.

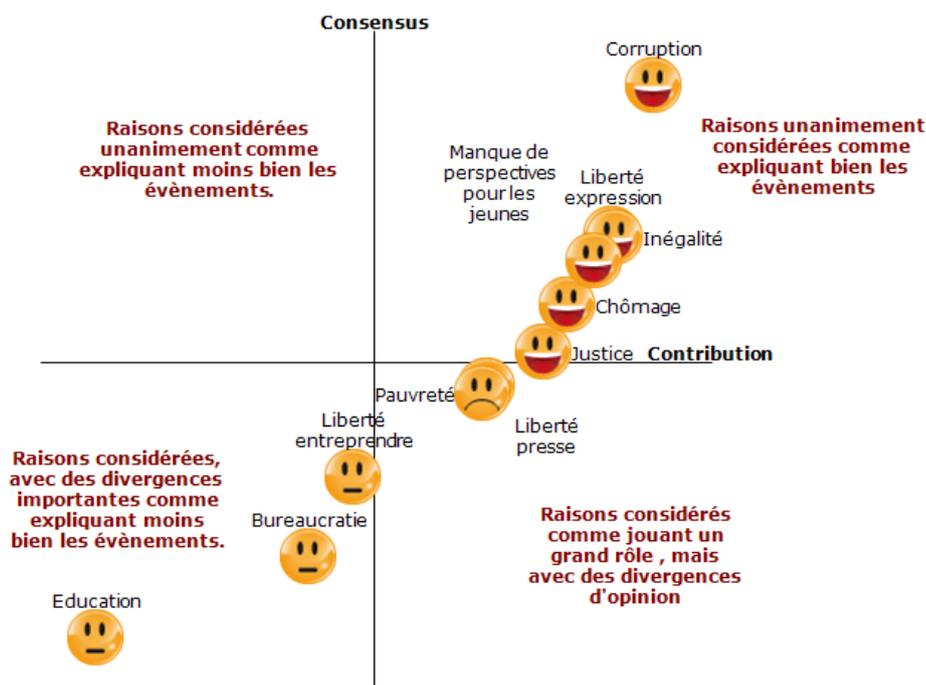


Figure 1 : Les raisons des événements : accords et controverses

Les représentations des événements

A la question «*Merci de bien vouloir sélectionner les trois images qui selon vous expriment le mieux les événements du monde arabe*» (choix entre 36 images), les images clés choisies par les répondants par ordre décroissant sont les suivantes :

- pour l'ensemble des répondants :

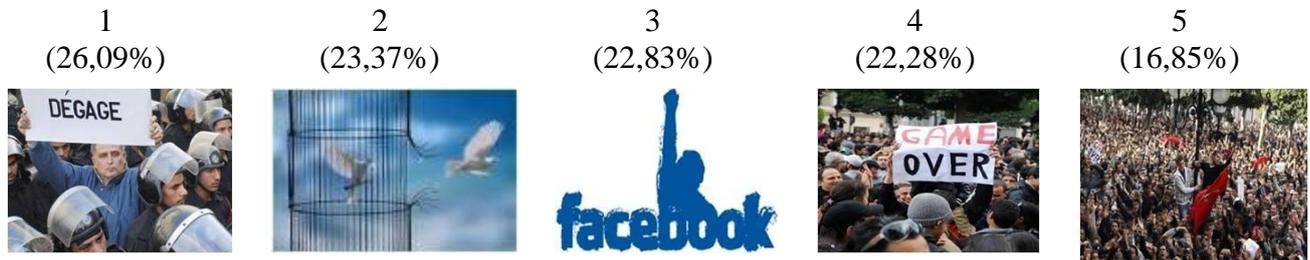
1
(18,76%)

2
(16,89%)

3
(16,60%)



- pour les répondants du sud de la méditerranée :



- pour les répondants du nord de la méditerranée :



Nous remarquons que pour les répondants du nord comme du sud, l'image de Facebook est parmi les 5 premières images clés représentant les événements. En effet, il semble que, Facebook (donc les réseaux sociaux) est incontestablement au cœur du printemps arabe. Ainsi, dans le système de représentation des répondants, ces événements sont imprégnés par les réseaux sociaux.

Les acteurs du printemps arabe

Selon les répondants du sud de la méditerranée, les trois premiers acteurs des événements du printemps arabe sont les jeunes, l'armée et les reporters et médias internationaux. Quant aux répondants du nord, ce sont les jeunes, les ouvriers et les classes moyennes (Tableau 3). Nous constatons que les jeunes sont perçus comme les principaux acteurs (une note de 9,56 sur 10 pour les répondants du sud et une note de 9,32 sur 10 pour les répondants du nord). Ce qui confirme les faits, le printemps arabe est l'œuvre des jeunes (Brun, 2011). En revanche, selon les répondants, les parties politiques, la bourgeoisie, les religieux, les pouvoirs économiques ou encore la communauté internationale n'ont joué qu'un rôle moindre (des notes inférieures à 5 sur 10).

Sud de la méditerrané	
	Moyenne
Les jeunes	9.56
L'armée	7.91
Les reporters et médias internationaux	7.28
Les classes moyennes	7.13
Les ordres professionnels (avocats, magistrats, médecins...)	6.95
Les ouvriers	6.46
Les femmes	6.35
Les syndicats	5.33
Les forces de l'ordre	5.27
Les intellectuels et artistes	5.27
Les organisations non gouvernementales (ONG)	3.75
La communauté internationale	3.69
Les pouvoirs économiques	3.50
Les religieux	3.07
les hommes politiques en place	2.99
Les partis politiques	2.84
La bourgeoisie	2.26

Nord de la méditerrané	
	Moyenne
Les jeunes	9.32
Les ouvriers	7.34
Les classes moyennes	7.24
L'armée	7.13
Les forces de l'ordre	6.89
Les femmes	6.82
Les reporters et médias internationaux	6.54
Les intellectuels et artistes	5.94
les hommes politiques en place	5.62
La communauté internationale	5.27
Les ordres professionnels (avocats, magistrats, médecins...)	5.09
Les partis politiques	4.84
Les pouvoirs économiques	4.82
Les syndicats	4.78
Les religieux	4.73
Les organisations non gouvernementales (ONG)	4.63
La bourgeoisie	3.23

Tableau 3 : Les acteurs des événements du printemps arabe

Les médias utilisés lors du printemps arabe

Pour comprendre le rôle des différents médias, nous présentons ceux utilisés comme moyens d'information pour les observateurs et ceux perçus comme ayant contribué à l'expansion des événements.

Les médias utilisés pour s'informer

	Moyenne
La consultation d'Internet	8.12
La télévision	7.40
Les discussions entre amis	6.74
La presse	6.01
Les discussions avec les collègues	5.99
La radio	5.77
Les réseaux sociaux	5.70
Les échanges d'e-mails	3.44
Le téléphone (appel de personnes sur place)	2.66

Tableau 4 : Les médias utilisés pour s'informer

Le tableau 4 montre que pour s'informer sur les événements du printemps arabe, les répondants ont recouru principalement à la consultation d'Internet. Si nous regroupons les différents médias en deux groupes (médias classiques et nouveaux médias)¹, nous remarquons (Tableau 5) que les répondants du sud de la méditerranée ont utilisé plutôt les nouveaux médias (e-mail, Internet et réseaux sociaux) pour s'informer et observer ces événements alors que les répondants du nord de la méditerranée ont plus utilisé les médias classiques (presse, radio, télévision...).

	Nouveaux médias (TIC, Web, réseaux sociaux...)				Médias classiques (presse, télévision,...)			
	Moyenne	Ecart -type	Médiane	t de student	Moyenne	Ecart -type	Médiane	t de student
Sud de la méditerranée	6.96	1,88	7,50	8,75	6,22	1,68	6,25	3,81
Nord de la méditerranée	4,39	2,24	4,17	9,00	5,32	1,58	5,42	4,52

Tableau 5 : L'usage des médias classiques et des nouveaux médias

¹ Médias classiques : presse, télévision, radio, téléphonie et discussions orales. Nouveaux médias : e-mails, Internet et réseaux sociaux.

Par ailleurs, comme le montre la carte factorielle ci-après (Figure 2), les nouveaux médias sont plutôt utilisés par les jeunes (entre 20 et 39). Les médias classiques, quant à eux, sont utilisés par les moins jeunes (40 ans et plus). Nous remarquons aussi que les nouveaux médias sont plutôt utilisés par les personnes ayant un niveau d'éducation supérieur.

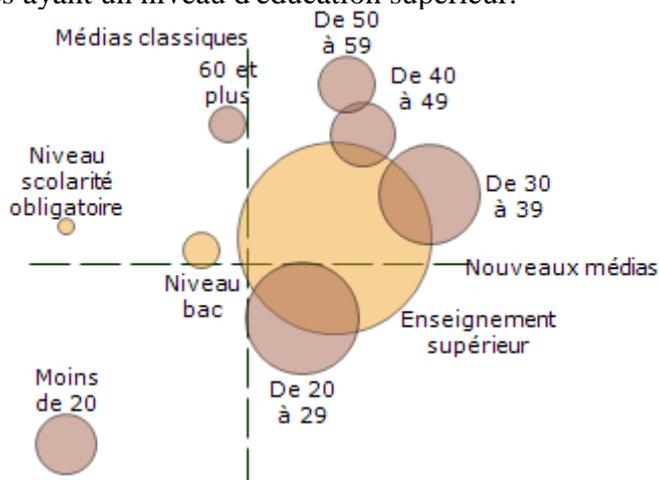


Figure 2 : L'usage des médias en fonction de l'âge et du niveau de scolarité

Les médias perçus comme un levier d'expansion des événements

Pour juger le rôle joué par les différents types de médias dans l'expansion des événements, nous avons présenté aux répondants un ensemble de propositions et nous leur avons demandé leur degré d'accord (une note sur 10). Comme le montrent les tableaux 6, 7 et 8, à la fois pour les répondants du sud et du nord, les propositions (en se basant sur les moyennes) choisies aux premiers rangs sont :

1. Le Web a ouvert un nouvel espace de libre expression,
2. L'Internet a été au cœur des événements,
3. Les réseaux sociaux ont tissé le mouvement.

Ces trois propositions ont obtenu un niveau d'accord significativement supérieur (test t) par rapport à l'ensemble des propositions. En revanche, les propositions «*Le mouvement a bénéficié de l'impact de Wikileaks*» ou «*La presse et la télévision n'ont pas été à la hauteur*» ont obtenu un niveau d'accord significativement inférieur au niveau moyen pour l'ensemble des propositions suggérées. Ceci confirme le rôle important joué par les nouveaux médias et le faible rôle joué par les médias classique dans l'expansion de ces événements.

L'accent a beaucoup été mis sur le rôle des médias dans l'expansion du mouvement. Partagez vous ce point de vue et diriez-vous que :

	Pas d'accord du tout	Plutôt pas d'accord	Plutôt d'accord	Tout à fait d'accord
L'Internet a été au cœur des évènements	2%	4%	27%	67%
La téléphonie mobile a servi de support d'organisation	3%	14%	41%	41%
Les réseaux sociaux ont tissé le mouvement	<1%	7%	34%	58%
Le mouvement a bénéficié de l'impact de Wikileaks	8%	35%	41%	16%
Les vidéos amateurs ont amplifié le mouvement	1%	5%	38%	56%
Le web a ouvert un nouvel espace de libre expression	<1%	5%	28%	67%
Les bloggeurs ont joué un rôle stratégique	2%	12%	46%	40%
La presse et la télévision n'ont pas été à la hauteur	3%	18%	31%	48%
Les chaînes mondialisées (Al jazira, CNN, France 24 ...) ont stimulé le mouvement	3%	8%	39%	51%

Tableau 6 : L'importance des médias selon les répondants dans l'expansion des événements

	Moyenne	Rang	Ecart-type
Le web a ouvert un nouvel espace de libre expression	8,76	1	2,00
L'Internet a été au cœur des évènements	8,73	2	2,11
Les réseaux sociaux ont tissé le mouvement	8,43	3	2,17
Les vidéos amateurs ont amplifié le mouvement	8,38	4	2,14
Les chaînes mondialisées (Al jazira, CNN, France 24 ...) ont stimulé le mouvement	8,02	5	2,48
Les bloggeurs ont joué un rôle stratégique	7,57	6	2,49
La téléphonie mobile a servi de support d'organisation	7,42	7	2,73
Le mouvement a bénéficié de l'impact de Wikileaks	5,54	8	2,97
La presse et la télévision n'ont pas été à la hauteur	2,49	9	2,90

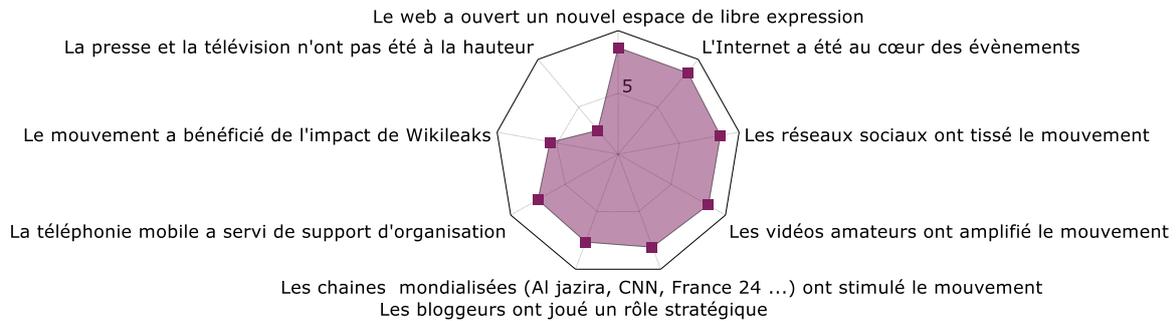


Tableau 7 : Le classement des médias selon leur rôle joué dans l'expansion des événements

Ce classement est-il exactement le même pour les répondants du sud de la méditerranée (les acteurs des événements) et pour les répondants du nord de la méditerranée (les observateurs) ? L'examen du Tableau 8 montre que les acteurs et les observateurs de ces événements s'accordent sur le fait que les principaux médias (par ordre d'importance) sont l'Internet, les réseaux sociaux et la vidéo.

**L'accent a beaucoup été mis sur le rôle des médias dans l'expansion du mouvement.
Partagez vous ce point de vue et diriez-vous que :**

		Sud de la méditerranée	Nord de la méditerranée	Total
L'Internet a été au cœur des événements	Moyenne	9.18	8.30	8,79
	Rang	1	2	
	Ecart-type	1,84	2,18	2,05
	t de student	3,20	3,31	
La téléphonie mobile a servi de support d'organisation	Moyenne	7,41	7,47	7,44
	Rang	2	1	
	Ecart-type	2,81	2,62	2,73
	t de student	0,14	0,18	
Les réseaux sociaux ont tissé le mouvement	Moyenne	8,73	8.18	8,48
	Rang	1	2	
	Ecart-type	1,97	2,25	2,12
	t de student	1,90	1,97	
Le mouvement a bénéficié de l'impact de Wikileaks	Moyenne	5,82	5.04	5,53
	Rang	1	2	
	Ecart-type	3,02	2,84	2,98
	t de student	1,36	2,02	
Les vidéos amateurs ont amplifié le mouvement	Moyenne	8.69	7.99	8,38
	Rang	1	2	
	Ecart-type	2,12	2,06	2,12
	t de student	2,23	2,68	
Le web a ouvert un nouvel espace de libre expression	Moyenne	9.13	8.32	8,77
	Rang	1	2	
	Ecart-type	1,85	2,09	2,00
	t de student	2,92	3,12	
Les bloggeurs ont joué un rôle stratégique	Moyenne	7,57	7,55	7,56
	Rang	1	2	
	Ecart-type	2,62	2,31	2,49
	t de student	0,05	0,07	
La presse et la télévision n'ont pas été à la hauteur	Moyenne	1.66	3.70	2,48
	Rang	2	1	
	Ecart-type	2,55	2,94	2,89
	t de student	4,63	5,57	
Les chaînes mondialisées (Al jazira, CNN, France 24 ...) ont stimulé le mouvement	Moyenne	8.66	7.03	8,01
	Rang	1	2	
	Ecart-type	2,24	2,49	2,47
	t de student	4,27	5,24	

Tableau 7 : Les médias ayant contribué à l'expansion des événements

Pour affiner notre analyse, nous avons effectué une analyse factorielle en étudiant les accords et les controverses de l'ensemble des répondants (les médias selon leur niveau de contribution aux événements (moyenne élevée) et selon le niveau du consensus des répondants (1/écart-type)) sur le rôle des différents médias (Figure 3).

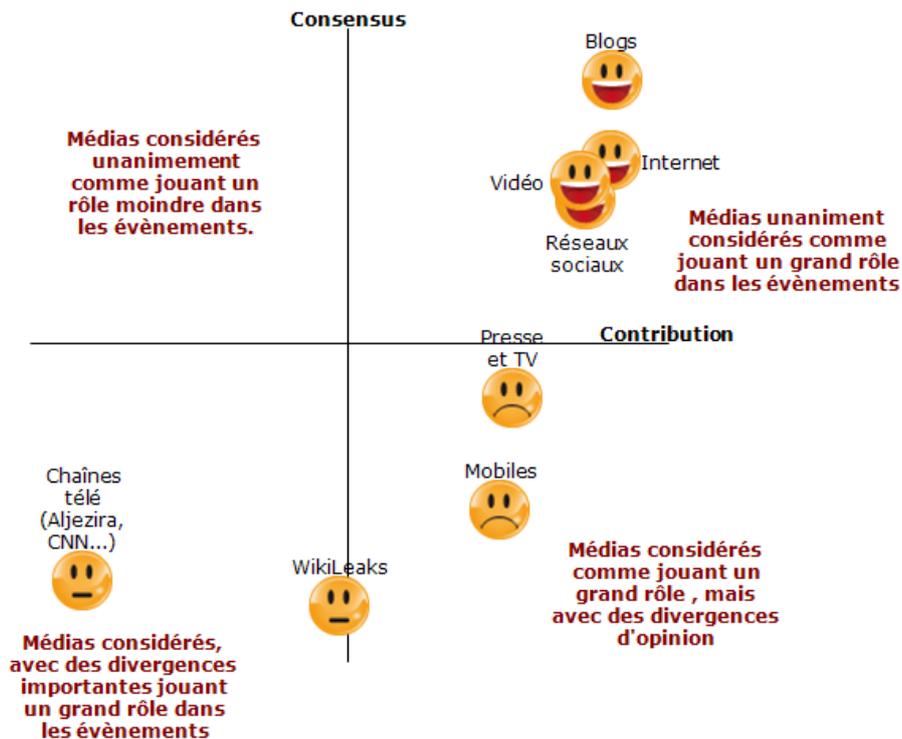


Figure 3 : Les médias ayant contribué à l'expansion des événements : accords et controverses

Nous remarquons que les blogs, l'Internet, les vidéos et les réseaux sociaux (cadran du haut à droite) sont unanimement considérés comme les médias ayant joué un important rôle dans les événements. En revanche, nous constatons que les autres médias comme les chaînes d'information internationales (Aljezira, CNN, France 24...) ou Wikileaks sont considérés comme moins importants. Les mobiles, quant à eux, sont considérés comme des médias ayant contribué aux événements mais les opinions des répondants sont divergentes.

Conclusion :

Notre papier a montré que l'intérêt du Web 2.0 ne peut pas se résoudre au simple aspect technique. Il repose principalement sur une logique socio-organisationnelle où les individus jouent un rôle déterminant dans l'usage de ces technologies. Certes que l'échantillon des répondants n'est pas représentatif des habitants du pourtour méditerranéen (chose impossible d'atteindre), mais cette enquête a montré que les réseaux sociaux et Internet ont joué un rôle fondamental dans ces soulèvements au moyen de la mobilisation particulière des jeunes.

Notre enquête nous a également permis d'identifier les divergences de perception des répondants en fonction de leur territoire d'appartenance (observateurs des événements ou acteurs des événements). Bien que les résultats montrent un quasi-consensus entre les répondants des deux rives par rapport aux principaux raisons du printemps arabe, les représentations des événements (les images clés) et le rôle des médias dans ces événements, leur utilisation de supports d'information n'est pas la même. En effet, les répondants de la rive sud de la méditerranée ont privilégié les nouveaux médias (e-mails, Internet et réseaux sociaux) alors que ceux du rive nord (les observateurs) ont utilisé des supports plutôt classiques, tels que la radio ou la télévision, pour s'informer sur les événements du printemps arabe. En revanche, unanimement, les blogs, l'Internet, les vidéos et les réseaux sociaux sont considérés comme les médias ayant joué un important rôle dans ces événements et sont au cœur de ces événements.

Notre analyse a reposé principalement sur les réseaux sociaux et leurs usages dans le soulèvement populaire des pays du sud de la méditerranée. Est-ce que ces réseaux sont utilisés de la même manière dans les grèves et les indignations des pays développés ou occidentaux. Quel est leur rôle précis ? Est-ce uniquement un support pour la diffusion de l'information ? Ou c'est un environnement de partage, de discussion, de réflexion et de mise en place d'actions ?

Bibliographie

- AGUITON C., CARDON D., (2007), "The Strength of Weak Cooperation: an Attempt to Understand the Meaning of Web 2.0", *Communications & Strategies*, N° 65, pp. 51-65.
- ANDERSON P., (2007), *What is Web 2.0? Ideas, technologies and implications for education*, JISC Technology and Standards Watch.
- BOUGHZALA I., GE VREEDE G., (2010), « Vers l'organisation 2.0 : Un nouveau modèle basé sur l'intelligence collective », 15^{ème} colloque de l'Association Information & Management «*Systèmes d'Information et Développement Durable : regards croisés et contributions*», La Rochelle, France, pp. 1-10.
- BRUN F., (2011), « La révolution en Tunisie », *Multitudes*, Vol. 1, N° 44, pp. 22-25.
- DUDEZERT A., BOUGHZALA I., MOUNOUD E., (2008), « Comment intégrer la génération Millennials à l'entreprise ? », In Pras, B., *Management : Enjeux de demain, coordination*, pp. 323-334.
- GARTON L., HAYTHORNTHWAITE C., WELLMAN B., (1997), "Studying online social networks", *Journal of Computer Mediated Communication*, Vol. 3, N°1.
- KAPLAN A., HAENLEIN M., (2010), "Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media", *Business Horizons*, Vol. 53, N° 1, pp. 59-68.
- LECOMTE R., (2011), « Révolution tunisienne et Internet : le rôle des médias sociaux », *L'Année du Maghreb*, VII | 2011, <http://anneemaghreb.revues.org/1288>
- MALONE T., LAUBACHER R., DELLAROCAS C., (2009), "Harnessing Crowds: Mapping the Genome of Collective Intelligence", *MIT Center for Collective Intelligence*, Working Paper N° 001.
- MATUSZAK C., (2007), « Le forum comme lieu de production d'un discours unitaire et mobilisateur: un nouveau terrain pour la confrontation idéologique chez les mouvements politiques marginaux », 9^{ème} congrès de l'Association Française de Science Politique (AFSP), Toulouse.
- MERCANTI-GUERIN M., (2010), « Facebook, un nouvel outil de campagne : analyse des réseaux sociaux et marketing politique », *La Revue des Sciences de Gestion*, Vol. 2, N° 242, pp. 17-28.
- MIELNIK J-C., FELIX E., (2008), « Quel partage des connaissances en entreprise à l'heure du Web 2.0 et de l'intelligence collective », Dans Dudezert, A., Boughzala, I., *Vers le KM 2.0*, chapitre 1.2, Vuibert, pp. 35-54.
- MUSSER J., O'REILLY T. (2006), "Web 2.0 principles and best practices", http://www.oreilly.com/catalog/web2report/chapter/web20_report_excerpt.pdf
- O'REILLY T., (2007), "What is Web 2.0: Design patterns and business models for the next generation of software", *International Journal of Digital Economics*, N° 65, pp. 17-37.
- SCARFF A., (2006), "Advanced knowledge sharing with Intranet 2.0", *Knowledge Management Review*, Vol. 9, N°4.
- SIEBDRAT F., HOEGL M., ERNST H., (2009), "How to Manage Virtual Teams", *Sloan Management Review*, Vol. 50, N°4, pp. 63-68.
- STENGER T., COUTANT A., (2011), *Ces réseaux numériques dits sociaux*, Hermès- CNRS Editions, 227 p.

La fabrique médiatique de la critique tunisienne entre innovation technologique et changement social

Mohamed Ali ELHAOU <elhaou@gmail.com>

UFR InfoCom à Lille 3, associé au LABSIC.

Dans ce texte on mettra l'accent sur l'ébauche d'une massification de la critique en Tunisie. Ce processus produit des figures emblématiques de l'opposition tunisienne débouchant ainsi sur la publication de quantité de livres, d'articles à succès, des interviews, des conférences, des colloques, des entretiens télévisés ou diffusés sur Internet notamment sur les blogs et les réseaux sociaux. Cette massification se couple en effet avec une médiatisation de la critique autour de « champions nationaux » de l'opposition. Cette conjonction est donc un phénomène qui explique en partie l'adhésion à des signatures telles que la « révolution Facebook », la « révolution Twitter » ou encore la « révolution informationnelle ».

L'objet de cet article consiste à comprendre la place attribuée aux technologies de l'information et de la communication (TIC) dans la mise en scène et la publicisation de la critique en Tunisie. Compte tenu, en outre, du soulèvement social du 14 janvier 2011 conduisant au départ du président Ben Ali, quel rôle accorder à l'Internet comme outil de mobilisations sociales qui deviennent de plus en plus communicationnelles ?

Ce texte se divise en deux volets. *Primo*, on verra comment une des figures les plus médiatisées de l'opposition tunisienne à savoir Taoufik Ben Brik profite à partir de 2000 des potentialités qui leur offre les TIC afin de s'installer comme des personnalités médiatiques dont la mission première est la révocation du système de Ben Ali. Cet acteur en effet est à la fois un courtier de l'information par sa pratique d'un journalisme principalement en ligne et est médiatisé car il concurrence voire prétend qu'il constitue une alternative à un système réticent aux libertés d'expression et de manifestation.

Secondo, on montrera qu'à partir de 2008, le modèle d'une élite tunisienne protégée par des instances européennes et affichant parfois sans vergogne son opposition au système dictatorial de Ben Ali d'un côté ; et un public agissant anonymement de l'autre ; cède la place à un modèle plus adhocratique. Ce modèle ne limite pas le recours à une élite de l'opposition mais intègre des figures populaires : plus proches de la « rue tunisienne » à l'instar de Fahem Boukadous.

Afin de comprendre ce processus de médiatisation de la critique avant-gardiste du système de Ben Ali, nous avons analysé les rapports de *Reporters Sans Frontières* entre 2000 et 2010. Ceux-ci mettent en avant les actions et les « périple » des journalistes en Tunisie. On a examiné, entre autres, les actions de la Fédération Internationale des Ligues des Droits de l'Homme. On s'est focalisé dans un troisième temps sur les écrits de Taoufik Ben Brik. On a analysé ses textes comme des formes de scénarisation de la critique médiatique en Tunisie. On s'est penché, en ce qui concerne le deuxième volet de cet article, sur les événements rhétoriques qui accompagnent le parcours de Fahem Boukadous.

L'élite tunisienne, Internet et la publicisation de l'« embargo médiatique »

Dans ce premier point, on montrera que l'« embargo médiatique »¹ tunisien au-delà du fait qu'il s'intègre dans un dispositif de répression qui caractérise le système de Ben Ali est également une construction de l'« intelligentsia » tunisienne se réclamant comme la légitime détentrice de

¹ Cf. FERJANI R., Automne 2011, « Révolution et contre-révolution en Tunisie : le virtuel miroir du réel. », Paris, *Médias*, n° 30, p. 79.

l'approche critique. Cette construction portée donc par une élite tunisienne jadis dans l'opposition et qui se systémise peu à peu après les événements du 14 janvier. Peu à peu apparaît la figure d'un leader de l'opinion en ligne qui véhicule l'image d'une opposition principalement médiatique recherchant la valorisation de son action par l'intermédiaire des TIC. Dans cette perspective, cet activisme en ligne ne se comprend qu'à l'aune d'un processus de publicisation et d'une mise en visibilité d'une critique sociale et politique visant à ébranler un système qualifié « d'inadapté » par rapport à des citoyens « évolués, modernes et ouvert sur le monde ».

Taoufik Ben Brik, l'opposant-artiste

Les années 2000 sont émaillées par les frasques médiatiques de Taoufik Ben Brik. Tunisiennes et Tunisiens découvriront au fil des années un « journaliste atypique ». Celui-ci pour faire passer ses idées en tant qu'écrivain essayiste et homme de média, rentre, entre autres, dans des grèves de la faim. L'une des grèves les plus amplifiée fût celle entamée au mois d'avril 2000. Cette grève a été relayée en Europe notamment à travers la publication de son livre *Le rire de la baleine*¹ et *Une si douce dictature. Chroniques tunisiennes 1991-2000*². La publication de ces deux livres donnera lieu à une forte théâtralisation de ce personnage au point que Taoufik Ben Brik devient l'objet de l'éditorial du rapport n°38 de la Fédération Internationale des Ligues des Droits de l'Homme (FILDH) publié en juin 2000. Dans celui-ci, il apparaît comme l'homme « courageux » qui ose braver la dictature :

*« Le 26 avril, Taoufik Ben Brik entamait son 24^e jour de grève de la faim et le monde semblait enfin comprendre ce qui, pour les ONG, relevait pourtant de l'évidence depuis longtemps : la Tunisie est un Etat policier qui bafoue systématiquement certains des droits les plus fondamentaux. En première ligne de la répression, quelques démocrates et militants des droits de l'Homme ont payé le prix lourd en tentant obstinément de briser le mur du silence. Taoufik Ben Brik y sera parvenu avec courage. »*³

Le personnage Taoufik Ben Brik prend donc son envol médiatique à partir des années 2000. Il devient en effet un journaliste référence pour le magazine *Le Nouvel observateur*. Il prend la position de celui qui éclaire les méandres du système politique de la Tunisie de l'après Bourguiba ainsi que de « l'embargo médiatique » que le régime de la « Tunisie du changement » instaure. Dans ce média, il publie une centaine d'articles⁴. Peu à peu divers médias tels que le *Courrier international*, *Le Monde*, *Mediapart*, *Libération*, principalement internationaux solliciteront son expertise et s'approprièrent sa cause. Il sera peu à peu le cheval de Troie de la critique médiatique tunisienne dans la mesure où il va être le « spécialiste » révélant au grand jour les intentions « criminelles et mafieuses » du président Ben Ali et de sa famille.

Son aura grandit avec l'annonce de « l'expansion et la démocratisation de l'usage de l'Internet en Tunisie » à partir de novembre 2005 lors du Sommet Mondial de la Société de l'Information (SMSI) à Tunis. À travers cette technologie de communication les usagers tunisiens découvriront un « poète » qui crée l'événement et qui manie « l'art de la résistance » et dont l'instinct créatif ne fléchit point dans les pièces les plus lugubres des prisons du dictateur où il écrit :

¹ BEN BRIK T., 2000, *Le rire de la baleine*, Paris, Le Seuil, 192 p.

² BEN BRIK T., 2001, *Une si douce dictature. Chroniques tunisiennes 1991-2000*, Paris, La Découverte, 285 p.

³ FIDTH, « La lettre », paru dans le rapport n°38 publié en juin 2000. <<http://www.fidh.org/lettres/2000pdf/fr/n38.pdf>>, consulté le 22 septembre 2011.

⁴ Voir <<http://actualite.nouvelobs.com/Taoufik%20Ben%20Brik/>>.

« [...] *La vérité est que c'est une affaire entre moi et Zaba le Grand souverain du pays. Une affaire qui concerne Hallaj le poète et le Tyran Charlie Chaplin et le Dictateur Shéhérazade et Shahryar [...] »*¹

Ce texte a été relayé le 19 novembre 2009 par les blogs délibérément et sévèrement sélectionnés par les gestionnaires du site *Le Monde*². Au sujet de l'Internet, Taoufik Ben Brik déclare que c'est un « titan que rien ne peut arrêter »³. La construction médiatique de la figure de Taoufik Ben Brik se réalise donc principalement par une revendication d'une forme de marginalité qui n'empêche pas paradoxalement ce personnage d'utiliser les outils marketing les plus récents pour l'expression de sa révolte⁴. Dans cette perspective, le parcours de Taoufik Ben Brik peut être revisité, à certains égards, comme un itinéraire d'un entrepreneur de la critique qui recherche la fructification de son capital communicationnel par la réclamation d'un droit à la déviance. Cette déviance assumée ne reste point dans l'ombre, elle se publicise savamment à travers des outils de communication comme les livres mais aussi se décline sous forme d'articles en ligne, d'interviews et récemment de blogs afin d'augmenter le capital sympathie et la notoriété de ce résistant info-communicationnel. Le fil conducteur régissant donc la médiatisation de ce personnage est la critique poétique du système tunisien dans le but d'acquérir une forme de reconnaissance au sein de l'espace médiatique tunisien en tant qu'opposant-artiste maniant à la fois verbe, stylo et parole.

En ce sens, sa tactique critique passe par une forme d'autoflagellation qui fait de lui un acteur inclassable de l'arène médiatique tunisienne. « *Je n'ai pas l'étoffe d'un opposant, disait-il, je suis un poète, je me gargarise de mots, je combats avec le verbe. Je n'ai pas envie de côtoyer cette opposition (entendez l'opposition tunisienne) [...] »*.

Taoufik Ben Brik tire donc sa grandeur de la réalisation d'un univers qui ne répondrait ni au goût du pouvoir institué par le système de Ben Ali ni aux autres opposants. Il témoigne ainsi non seulement son avant-gardisme sur un système qualifié d'« archaïque » et « dominant » mais aussi marque sa « liberté » à l'égard des « puissants »⁵. Dans cette perspective, un article du *Courrier International* paru le 31 mai 2000 le présente comme suit : « *en six semaines de grève de la faim, du 3 avril au 15 mai, Taoufik Ben Brik, ce 'journaliste sans journal' [...]. Ce don Quichotte de 39 ans, qui lutte contre l'État policier depuis plus de dix ans, a trouvé des formules cinglantes pour dénoncer l'arbitraire. Sa grève de la faim, achevée à Paris, a eu un grand retentissement jusqu'en Algérie et au Maroc, où ses confrères se sont mobilisés pour faire écho à son combat. Il est devenu un symbole de la volonté d'émancipation de la presse, bien au-delà de son pays d'origine. »*⁶

Ce personnage mis en avant comme l'incarnation de la « volonté d'émancipation de la presse » est, à regarder de près, un producteur d'actualité et d'événements info-communicationnels qui seront relayés ou qui paraissent tout simplement dans des médias francophones qui sont lus et partagés par les élites maghrébines ainsi que des « défenseurs » de la liberté au sein de l'Europe francophone. Ce même résistant qui « connaît les geôles tunisiennes par cœur » n'hésite pas à se présenter, après que Ben Ali soit déchu, comme son successeur légitime. « *J'étais disait-il le seul à poser des problèmes à Zine Ben Ali [...] Je serai le premier président de la Tunisie*

¹ REPORTERS SANS FRONTIERES rend public, mardi 17 novembre 2009, un texte inédit de Taoufik Ben Brik. Ce poème intitulé « Le Poète et le Tyran » a été rédigé depuis la prison de Mornaguia. Voir <<http://fr.rsf.org/tunisie-depuis-sa-cellule-taoufik-ben-brik-17-11-2009,35017>>, visité le 22 septembre 2011.

² Voir <<http://veilleur.blog.lemonde.fr/2009/11/19/tunisie-taoufik-ben-brik-envoie-un-poeme-depuis-sa-cellule/>> Visité le 22 septembre 2011.

³ MANENTI B., le 4 janvier 2011 ? « Sidi Bouzid ou la révolte tunisienne organisée sur Facebook », *Le nouvel Observateur*, <<http://tempsreel.nouvelobs.com/vu-sur-le-web/20110104.OBS5680/sidi-bouzid-ou-la-revolte-tunisienne-organisee-sur-facebook.html>>, consulté le 9 janvier 2011.

⁴ Cf. MARCOVITCH A., 2000, « La citoyenneté ou la mort », le combat d'un journaliste tunisien, *Courrier international*, n° 495.

⁵ REPORTERS SANS FRONTIERES, 2002, « Tunisie. Le livre noir », Paris, La Découverte, 12 p.

⁶ « Il a fait plier Ben Ali », *Courriel International* n° 500, le 31 mai 2000.

révolutionnaire, je serai le président le plus moderne et le plus démocratique du monde arabe [...]
»¹.

La figure de Taoufik Ben Brik en prenant une aura dans l'espace public tunisien participe à l'étiollement du système unidimensionnel symbolisé respectivement par la dictature de Bourguiba et celle Ben Ali. Avec Taoufik Ben Brik, on est dans une manière de manifester sa critique en alternant des dispositifs classiques de médiatisation comme les journaux et les magazines et des dispositifs de médiatisation technicisés à l'instar des blogs et des sites en ligne d'opposition. Dans un contexte où le pouvoir tunisien se crispe, s'opère en effet la glorification de l'action critique de terrain.

La glorification de l'action critique de terrain

Les projecteurs de la technologie de pouvoir en Tunisie, bien avant les émeutes de Redeyef, furent braqués sur une dissidence et une cyberdissidence considérées comme déviantes, marginales et anonymes où l'accent est mis sur des parcours individuels de l'opposition tunisienne. Cette dissidence qui agissait de manière événementielle dans l'espace public reposait, comme on l'a montré dans le point précédent, sur des figures intellectuelles qui formulent des vœux de réforme. Ce point expliquera, qu'à partir de l'année 2008, une tactique privilégiant plutôt l'action sur le discours voit le jour. Elle s'appuiera moins sur des positions intellectualistes et fera tant bien que mal siennes les revendications de la population de la « Tunisie de l'intérieur ». Dans cette perspective, la publicisation des figures critiques de la dissidence en Tunisie s'élabore en filigrane de la « révolte du bassin minier de Gafsa ». Ainsi, le dissident ce n'est plus celui qui lance des idées, ou écrits des articles tout en étant à l'abri des événements, mais plutôt celui qui s'implique dans le processus critique. En d'autres termes, ce sera celui qui se révolte en décrivant des personnes révoltées. En ce sens, on verra le passage d'une critique purement idéale du système quoique jalonnée par des agressions et des dépassements ça et là à une critique plus matérielle qui épargne les principes qui devront régenter le système de « l'artisan du changement » en mettant en avant l'action de terrain. On examinera, pour ce faire, la publicisation de Fahem Boukadous comme étant un journaliste de terrain, engagé et qui se bat contre « le mur de silence » instauré par un système d'information et de communication concentrique.

La dénonciation populiste, Fahem Boukadous

L'année 2008 en Tunisie coïncide avec une appropriation des TIC comme instruments de revendications sociales ayant lieu au sud-ouest tunisien. Cette médiatisation suit en effet un double cheminement. Celui d'une part de l'élite qui prend le risque de s'exposer à une éventuelle répression du système de Ben Ali ; d'autre part un public d'activistes, ça et là, qui préfère garder l'anonymat tout en dénonçant une arène politique jaugée comme présentement inappropriée aux aspirations des citoyens tunisiens. Alors qu'au governorat de Gafsa, la grogne populaire monte et les manifestants réclament vigoureusement justice voire équité notamment en ce qui concerne le processus d'insertion professionnelle dans les mines de phosphates, Fahem Boukadous, en tant que journaliste amateur décide d'investiguer les événements de « misère » en publiant des reportages sur *Youtube* et *Dailymotion* ; lesquels sont diffusés également sur la chaîne de télévision dissidente *Al-Hiwar Attounsi* (« Dialogue tunisien »)². Cette chaîne émettait en effet deux heures par jour sur *Arcoiris TVI* ; une chaîne altermondialiste italienne. Le travail journalistique de Fahem Boukadous met particulièrement la focale sur la répression policière. Cette médiatisation enclenche une boule de neige sur le réseau à travers laquelle des internautes

¹ Voir « Le journaliste Taoufik Ben Brik se rêve en président tunisien », *Le Monde*, le 20 janvier 2011, article disponible sur <Le journaliste Taoufik Ben Brik se rêve en président tunisien>, visité le 22 septembre 2011.

² *El Hiwar Ettounsi* (قناة الحوار التونسي), signifiant « Le Dialogue tunisien », est une chaîne de télévision thématique privée tunisienne lancée en mai 2003.

publient peu à peu des scènes de confrontations entre les forces de l'ordre et des jeunes voire parfois des femmes âgées. Cette vague de protestation virtuelle sera relayée dans des sites tels que *Takriz*, *Le Soir*, sur le site du journal algérien *El Watan*, le journal *Le Monde* ainsi que *Le Monde diplomatique*. Les événements du bassin minier de Gafsa et leur médiatisation donneront lieu également à quelques travaux recherche¹. Aussi au regard de la loi de l'omerta qui plane sur le paysage médiatique tunisien, *Facebook* sert dans cette conjoncture de moyen de coordination entre les émeutiers et d'alternative médiatique.

Dans un système politique qui impose ses « lignes rouges » et qui tente d'estomper la critique à la source, Fahem Boukadous n'échappe pas par conséquent à un dispositif judiciaire acclimaté aux méthodes coercitives de la « Tunisie du changement ». S'élabore donc une mythification de ce personnage incarnant le prototype du « journalisme déviant ». Il acquiert de surcroît la stature de coqueluche des « médias d'opposition » jusqu'alors exerçant en marge du système à l'image de *l'Audace*, de *Nawaat*, de *Tunisia Watch*, de *Tariq El Jadid*. Aussi, son cas va être approprié par le champ médiatico-associatif français. Ainsi des espaces mettant en avant les singularités de l'affaire Fahem Boukadous s'entrouvrent tels que *Mediapart* et *Libération*². Sa situation devient également une préoccupation de certains organismes internationaux à l'instar d'*Amnesty international* et de *Reporters Sans Frontières*. Ces différents lieux médiatiques prennent en charge, tour à tour ou parfois aléatoirement, la publicisation de son parcours comme un périple. Celui-ci commence en décembre 2008 avec un tribunal de première instance de Gafsa qui le condamne à une peine de six ans de prison ferme pour « constitution d'une association criminelle susceptible de porter atteinte aux personnes et à leurs biens ». Dans le traitement médiatico-associatif, cet événement est présenté comme un phénomène supplémentaire témoignant d'une justice qui s'éloigne de ses principes fédérateurs. Parallèlement, la figure de Fahem Boukadous prend l'allure d'un olympien dont l'intention première est de mettre en avant la face cachée d'un système recroquevillé. En d'autres termes, la publicisation du personnage s'effectue principalement par son héroïsation en le mettant en scène comme étant un acteur en cavale. En ce sens, son acte selon le site *Takriz* n'est nullement condamnable. Il initie plutôt un changement consistant dans la mise en cause d'une justice s'appariant à une machine. De cette turbulence médiatique qui fait l'éloge de la déviance, et apercevant les promoteurs de la critique en Tunisie trouver de plus en plus d'arguments et d'espaces promotionnels, le 5 février 2009, la cour d'appel se bat contre vents et marées et persiste dans la condamnation de Fahem Boukadous. Malgré cette décision, le journaliste mesurant bien l'appui associatif, international et médiatique derrière lui, décide le 24 novembre 2009 de se présenter sciemment devant le tribunal de Gafsa, mettant ainsi un terme à près de dix-sept mois de clandestinité. Etant absent lors du procès, Fahem Boukadous avait fait opposition au jugement fin 2009. La procédure a donc recommencé depuis le début, annulant les décisions juridiques précédentes concernant le journaliste. Sachant que toute sanction allait servir peu ou prou sa réputation, les médias qui publicisent son aventure critique le présentent comme un acteur désintéressé, qui ne calcule pas et qui se dévoue corps et âme aux côtés des populations tunisiennes paupérisées. Le 13 janvier 2010, il fût bel et bien condamné à quatre ans de prison ferme. Une fois en prison sa médiatisation va être l'opportunité pour parler des libertés d'expression en Tunisie ainsi que l'impératif de la démocratie.

À sa sortie de prison et dans un entretien qu'il accorde à *l'Humanité* le 26 janvier 2011 s'intitulant « La victoire de mon peuple est définitive », Fahem Boukadous s'approprie à son compte, ou peu s'en faut, l'euphorie qui galvanise les Tunisiennes et Tunisiens. En ce sens, il ne manque pas de raconter son quotidien en ces mots « *En prison, nous avons la télévision, mais seulement les chaînes tunisiennes. Malgré les conditions très dures dans lesquelles j'étais détenu, j'avais*

¹ Cf. CATUSSE M., DESTREMAU B., & VERDIER É., 2009, *L'État face aux débordements du social au Maghreb*, Paris, Karthala, 468 p.

² Cf. Le blog de Mohammed Yefsah sur Mediapart, < <http://blogs.mediapart.fr/blog/mohammed-yefsah/160110/tunisie-un-autre-journaliste-condamne-la-prison>>, consulté le 16 janvier 2010 ; ALLAL A., 2010, « Réformes néolibérales, clientélismes et protestations en situation autoritaire. Les mouvements contestataires dans le bassin minier de Gafsa en Tunisie (2008) », *Politique Africaine*, n° 117, pp. 107-125.

quelques rapports avec certaines personnes. J'avais mes réseaux, pour ainsi dire. [...] Quand, le 14 janvier, mon peuple a gagné sa liberté, j'étais persuadé qu'enfin je retrouverai la mienne. »¹

La mise en avant de l'affaire Boukadous rappelle non seulement son « combat » mais également le soulèvement de Redeyef. On décèle donc que la publicisation de l'itinéraire du journaliste tunisien s'effectue par le biais des valeurs de sérieux, de ténacité, de grandeur, de courage, de difficulté. Une publicisation qui raconte, au jour le jour, le vécu en prison et les tumultes liés à l'émancipation des contraintes du despotisme. La narration médiatique repose donc sur des schèmes d'amplification et attire l'attention du lecteur par une mise en marginalité s'opérant dès l'instant que « l'épopée Boukadous » devient un objet de discussion autour des péripéties rencontrées par « un journaliste du peuple » dont le seul tort est d'exercer la critique. Autrement dit, cette publicisation devient une sorte de mythification à partir du moment où l'histoire de cet acteur-journaliste-critique est prise en charge par d'autres personnes. C'est en effet bien la femme de Fahem Boukadous, Afef Bennaceur, qui s'occupe de la mise en visibilité et de la construction de l'histoire de son mari. Le 18 octobre 2010 Madame Boukadous écrit : « [...] *Aujourd'hui, Fahem a pu se rendre au parloir avec difficulté. [...] Il m'a dit qu'il avait une infection des bronches, une baisse de tension artérielle et une augmentation inquiétante des globules blancs (14100 quand la moyenne est de 10000) ce qui menace son immunité. Son poids a chuté de plus de 5 kilos.* »²

Derrière ce récit, ce qui apparaît en filigrane du militantisme est bel et bien la recherche de l'émotion voire les passions du lecteur³. Le militantisme donc tel qu'il est amplifié par Internet et plus particulièrement via *Facebook* et de *Twitter* prend une posture plus populiste montrant que le journaliste critique comme principalement un journaliste d'action dont le mérite revient plus au courage de dénoncer qu'à ses capacités d'analyse des événements à froid. En ce sens, Dominique Cardon dans son ouvrage *La démocratie internet*, inscrit ce phénomène dans l'accroissement de la logique opportuniste. Ainsi, « *la quête de visibilité, élargie sur le web social introduit une logique opportuniste, voire calculatrice* »⁴. Dans cette même perspective, un journal se voulant indépendant comme *Mediapart* et qui se définit par son refus, plus ou moins, des méthodes du marketing, insiste aussi sur le registre émotionnel dans l'amplification du quotidien de Fahem Boukadous. Ainsi dans un article titré « Fahem Boukadous, une vie dans les geôles de Ben Ali »⁵ publié le 20 janvier 2011, Pierre Puchot donne la parole à Boukadous. « [...] *Imaginez dit Boukadous une pièce de 4 mètres sur 5, notre cellule lorsque je suis arrivé, dans laquelle vivent et dorment 23 personnes. Vous ne pouvez même pas vous allonger tellement il y a de monde. C'était terrible [...]. Heureusement, il avait la télévision, ça vous maintient un peu en contact avec le monde extérieur.* »⁶

En ce sens, les traits qui ressortent à travers la communication du parcours des dissidents tunisiens par le biais de l'Internet, participe donc à la mise en visibilité de ceux-ci. Ils apparaissent comme seul réceptacle de la souffrance. Cette forme de dramaturgie est bel et bien une rhétorique visant la captation de l'attention et la focalisation sur un personnage emblématique dans le but de le construire à l'image d'un héros hégélien⁷.

¹ ALLARD M., « Fahem Boukadous : 'La victoire de mon peuple est définitive' », le journal *L'Humanité* paru le 26 janvier 2011. Rubrique Monde.

² Document disponible en ligne < posterous.com/getfile/files.posterous.com/webbic/.../afef.doc>, consulté le 27 septembre 2009.

³ GUILLAUME M., 1990, *La Contagion des passions*, Paris, Plon, p. 220.

⁴ CARDON D., 2010, *La démocratie Internet*, La république des idées, Paris, Seuil, p. 68.

⁵ Cf. <http://www.mediapart.fr/journal/international/200111/sahem-boukadous-une-vie-dans-les-geoles-de-ben-ali?page_article=3>, consulté le 27 septembre 2011.

⁶ Fahem Boukadous cité par PUCHOT P. 2010, *Tunisie une révolution arabe*, Paris, Ed. Galaade, p. 189.

⁷ Cf. HEGEL G.W.F., *La raison dans l'histoire*, Paris, 10/18, Coll. Bibliothèques, p. 313.

Conclusion

Dans cet article on a mis en avant l'ébauche d'une massification de la critique en Tunisie par son internationalisation. Notre approche méthodologique consistait à analyser le parcours de médiatisation des figures connues par leur opposition au système de Ben Ali. Cette analyse a privilégié dans un premier temps le prisme des innovations technologiques à l'image des instruments de communication comme les blogs, Facebook et Twitter. Ceux-ci ont été non seulement appréhendés comme des technologies de communication mais également comme des moyens d'expression dans un « espace public » tunisien en formation. En second temps ce même parcours de médiatisation a été appréhendé à l'aune des changements sociaux en Tunisie. Il s'agissait d'examiner dans quelle mesure les figures critiques au système de Ben Ali rendaient compte d'une « anomie »¹ sociale qui sévit notamment dans les régions de la « Tunisie de l'intérieur » à l'instar de Redeyef, de Ben Guerdane et de Sidi Bouzid ?

Dans cette perspective, l'article rappelle l'impératif de prendre en compte l'« interrelation de la technique et du social »² voire de la dialogique du technologique et du social afin de comprendre la fabrique des figures médiatiques de la critique en Tunisie.

Bibliographie

ALLAL A., 2009, « Ici si ça ne « bouge » pas, ça n'avance pas ! », *L'État face aux débordements du social au Maghreb*, Paris, *Karthala*, pp. 173-201.

ALLAL A., 2010, « Réformes néolibérales, clientélismes et protestations en situation autoritaire. Les mouvements contestataires dans le bassin minier de Gafsa en Tunisie (2008) », *Politique Africaine*, n°117, pp. 107-125.

BERTRAN J., automne 2005, « Grâce à Internet, le censeur n'a plus le dernier mot », Interview de Sihem Bensédrine, *Afkar/Idées* N° 8, pp. 56-58.

CATUSSE M., DESTREMAU B., & VERDIER É., 2009, *L'État face aux débordements du social au Maghreb*, Paris, *Karthala*, 468 p.

ELBAZ S., 2009, « Quand le régime du « changement » prône la « stabilité » mots et trajectoire de « développement » en Tunisie », *Revue Tiers Monde*, 2009/4 n°200, pp. 821-835.

ELHAOU M-A., 2011, 'Ere du changement en Tunisie ?' *Analyse des enjeux de la rhétorique du changement à partir de l'expérience de l'entreprise de Téléperformance Tunisie*, Sarrebruck, Éditions Universitaires Européennes.

GANTI K., & SEDDIK O., juillet 2008, « Révolte du « peuple des mines » en Tunisie », *Le Monde diplomatique*, p. 11.

KÜBLER J., aout 2011, « Les révolutions arabes et le web 2.0. Tunisie et Egypte », *Revue Averroès*, Numéro 4-5, Spécial "Printemps arabe", p. 6.

MARCOVITCH A., 27 Avril 2000, « La citoyenneté ou la mort », le combat d'un journaliste tunisien, *Courrier international*, n° 495.

¹ L'anomie, pour Guyau, est non pas destructrice comme chez Durkheim mais plutôt créatrice de formes nouvelles de relations humaines.

² JOUËT J., 1993, « Pratiques de communication et figures de la médiation », *Réseaux* n°60 CNET, p. 106.

Convergence technologique, régulation et champ médiatique. Un portrait des enjeux récents en Afrique.

Oumar Kane <kane.oumar@uqam.ca>

Christian Agbobli <agbobli.christian@uqam.ca>

Département de communication sociale et publique. Université du Québec à Montréal (UQAM)

La question des médias comporte une multiplicité d'aspects qu'il est important d'interrelier pour avoir une bonne intelligence du processus en cours qui affecte de nombreux pays à travers le monde. Pour ce faire, nous nous proposons d'analyser les incidences du développement technologique (articulation des médias traditionnels et des TIC) en termes de régulation. Cette question est au cœur des politiques publiques en matière de médias et de communication. En effet, la convergence médiatique semble nécessiter en retour une convergence de la régulation et pose un certain nombre de défis techniques, économiques et juridiques aux États et aux structures qui avaient naguère en charge la réglementation des secteurs séparés qu'étaient les télécommunications et les médias. Nous commençons par dresser un état des lieux succinct en matière d'accessibilité des TIC en Afrique. Ensuite, nous abordons les relations entre les TIC et le champ médiatique au prisme de l'importante question de la « migration vers le numérique ». Les éléments reliés au développement technologique, aux usages professionnels des journalistes et à la mission de service public seront analysés. Une évocation de quelques enjeux récents, notamment à travers la dynamique des usages citoyens, permettra de faire le point et d'élargir le propos à la question des politiques publiques et de la lutte contre la pauvreté dans les pays africains.

Introduction

La convergence technologique est devenue une tendance lourde du cadre institutionnel, politique et industriel du secteur des télécommunications. Au nombre des acteurs majeurs intervenant en matière de coordination de la convergence figurent le secteur de la normalisation des télécommunications de l'UIT (UIT-T), l'Internet Engineering Task Force (IETF), l'Institute of Electrical and Electronics Engineers (IEEE) qui a en charge de la standardisation et l'International Standards Organisation (ISO) qui s'occupe de la normalisation. Au niveau industriel, la convergence est devenue tellement prégnante que les régulateurs prennent le train en marche et créent des instruments juridiques et économiques inédits pour rendre compte des nouvelles dynamiques. C'est ainsi qu'en France, le terme « télécommunications » a été remplacé par celui de « communications électroniques » dans les textes réglementaires et notamment dans le *Code des postes et des communications électroniques* anciennement *Code des postes et des télécommunications*. De même, certains pays africains suivent cette tendance. Ainsi, au Togo, les députés se penchent sur un nouveau code portant sur les communications électroniques. Ce faisant, la régulation a tenté de s'adapter au phénomène de convergence qui affecte les industries, les équipements et de plus en plus les contenus dans le domaine des télécommunications et du contenu des médias. Le phénomène fondamental en jeu est ici une indétermination des frontières entre industries, acteurs, réseaux, supports et contenus. Ces considérations sont reliées à l'évolution notionnelle des télécommunications et à leur articulation avec les médias dans le cadre des technologies de l'information et de la communication (TIC) :

On appelle Technologies de l'information et des communications (TIC) le matériel, les logiciels, les réseaux et les médias utilisés pour la collecte, le stockage, le traitement, la transmission et la présentation des informations (voix, données, textes, images) et des services connexes. Les TIC peuvent se répartir en deux catégories : les infrastructures de l'information et de la communication (IIC) et les technologies de l'information (TI).

Les infrastructures de l'information et de la communication renvoient aux systèmes et aux réseaux physiques de télécommunication (cellulaire, diffusion, câble, satellite, poste) et aux services qui y font appel (Internet, voix, courrier, radio et télévision).

Les technologies de l'information (TI) font référence aux matériels et logiciels permettant la collecte, le stockage, le traitement et la présentation de l'information.

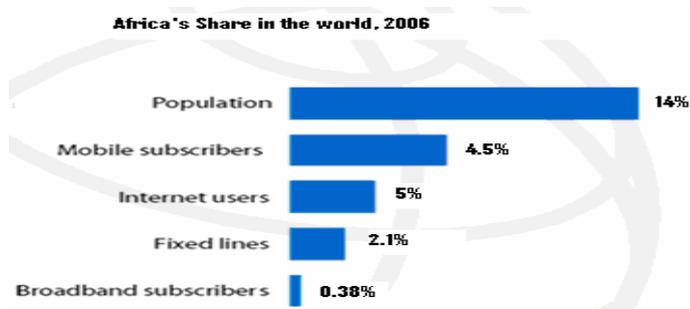
Les applications TIC – que l'on regroupe parfois sous le terme d'informatique – sont des solutions

matérielles et logicielles qui utilisent les TIC à des fins commerciales, administratives (service public), sociales et autres. Ce terme renvoie aux TIC en tant que thématique, outil ou solution pratique (les TIC dans l'éducation, par exemple, ou l'e-gouvernement) (*Financing ICTD*, 2004, p. 30).

L'objectif de l'article est de dresser un portrait des récents changements qui ont eu lieu en Afrique dans le champ de la convergence technologique et des incidences qui structurent en amont les usages des TIC en spécifiant l'offre institutionnelle et technologique disponible pour les utilisateurs en bout de ligne. L'état des lieux de la connectivité de l'Afrique sera présenté, suivi d'une description des stratégies de migration vers le numérique qui ont été mises en place. Enfin, les principales tendances lourdes reliées à l'évolution de la convergence technologique seront identifiées et leurs enjeux mis au jour. La présente contribution se base sur une revue de la littérature récente sur ces questions. Des études statistiques institutionnelles (UIT et Union africaine notamment) sont mises à profit pour dresser la situation en termes d'accessibilité et pour ce qui est des politiques publiques. La technique retenue pour l'analyse des données est l'analyse thématique qui a été appliquée au corpus constitué de ressources électroniques, de documents à orientation stratégique et d'ouvrages théoriques se rapportant à la problématique retenue.

La réalité africaine : entre permanence des inégalités et amélioration des indicateurs

Malgré les progrès récents, notamment en matière de téléphonie mobile, la situation de l'Afrique au vu des TIC n'est pas très brillante jusqu'au milieu des années 2000 (graphique 1). C'est pour y remédier que des initiatives institutionnelles comme le *Plan d'Action Régional Africain sur l'Economie du Savoir* (PARAES), un projet conjoint de l'Union africaine (UA) et de la Commission économique pour l'Afrique (CEA) des Nations Unies a vu le jour au milieu des années 2000, au moment du Sommet mondial de la société de l'information (SMSI). Le diagnostic de la situation, que la notion de fracture numérique permet de saisir au niveau statistique, montre une inégalité de la télédensité par rapport à la densité de population.



Graphique 1 : Parts de l'Afrique dans le monde (Source: UIT, 2006)

Mais le continent africain est encore trop large comme catégorie pour rendre compte d'une situation beaucoup plus complexe qui nécessite d'être affinée pour saisir plus précisément les enjeux. Le tableau 1, qui se concentre sur le niveau sous-régional, donne une vue plus nuancée des disparités :

Sous-régions et Continent africain	Années	Populat (millions)	Lignes Fixes		Abonné au mobile		Fixe+Mobile		Internet		
			Total (x000)	Per 100 Inhabts	Total (x000)	Per 100 Inhabts	Total (x000)	Per 100 Inhabts	Users(x000)	Subscribers (x000)	User/100 Inhabts
Southern Africa	2004	122.62	5861.8	4.99	24549.3	20.02	30411.1	24.79	5090.1	3777.7	
	2006	128.29	5798.8	4.59	49133.2	38.9	54932	43.49	9771.8	4430.5	7.6
North Africa	2004	151.17	15252.2	10	26247.5	17.36	41499.7	27.45	9954	1801.2	
	2006	159.26	16701.5	10.4	67330.5	42.27	84032	52.7	16116.9	3332.3	10.1
East Africa	2004	246.74	2654.9	1.07	8493.5	3.44	11148.4	4.5	3381.9	554.3	
	2006	264.63	2612.4	0.98	23511.3	8.8	26123.7	9.8	8283.6	1306.7	3.1
Central Africa	2004	97.81	230.6	0.23	4747.9	4.85	4978.5	5.08	452.5	44.8	
	2006	104.08	264.5	0.25	9640.5	9.26	9905	9.5	871	69.3	0.83
West Africa	2004	244.8	2338.9	0.95	15850.4	6.47	18189.3	7.4	3417.9	209.4	
	2006	265.77	3130.5	1.17	55379	20.83	58509.5	22	10513.9	2168.7	3.9
African Continent	2004	863.14	26338.4	3.05	79888.6	9.25	106227	12.3	22296.4	6387.4	
	2006	922.03	28507.7	3.09	204994	22.23	233502	25.32	45557.2	11307.5	4.8

Table : 2.: Statistics of de Telecom/TIC of African regions -2004 and 2006-Source UIT

Tableau 1 : Indicateurs Télécoms et TIC des régions africaines et du continent (Source: UIT, 2006)

Très clairement, la situation de l’Afrique du Sud et des pays du Maghreb est particulièrement enviable au vu de l’état des indicateurs en Afrique puisque ces deux entités, qui totalisaient 22.4% de la population du continent en 2006 disposaient de 72% des lignes fixes et de 52% de la téléphonie mobile (Union africaine, 2008, p. 10). La situation n’est pas fondamentalement différente pour ce qui est de l’internet.

En d’autres termes, le déséquilibre en matière d’accès se retrouve à tous les niveaux : à l’échelle globale (Nord/Sud), à celle des pays du Sud (émergents/reste des pays du Sud), à celle du continent africain (Maghreb et Afrique du Sud/reste du continent), entre les sous-régions du continent (cf. tableau supra), entre pays et au sein même des pays (zones rurales/urbaines). Si on se restreint au cas africain, l’Union Africaine (2010) identifie plusieurs facteurs explicatifs de la situation défavorable des TIC sur le continent au nombre desquels : le manque de volonté politique pour développer le secteur des TIC; l’absence d’une stratégie sectorielle claire; la faiblesse des ressources en vue de la promotion d’un cadre politique favorable. En guise de correctif, une intervention de l’État respectueuse de la dynamique interne supposée auto correctrice des marchés est promue en vue d’améliorer la situation. La régulation opère ainsi à plusieurs niveaux (national, régional, global¹), notamment en vue d’harmoniser les dynamiques à l’œuvre.

Plusieurs propositions ont été avancées par les États africains afin de remédier à la situation. Une première proposition est venue du Nouveau partenariat pour le développement de l’Afrique (NEPAD) qui dans son temps proposait un virage technologique révolutionnaire en Afrique et ce, dans tous les domaines. Le NEPAD a entre autres développé un programme E-Afrique. Par la suite, d’autres propositions ont été faites, notamment la création d’un Fonds de solidarité numérique dans le but de réduire la fracture numérique (Loum, 2009).

Ultimement, en Afrique les défis auxquels fait face le secteur des TIC ont été dressés et priorisés par l’Union africaine (tableau 2) :

Table: 4: Challenge by Priority areas

¹ Le partage est à cet effet assez clair entre les institutions régionales en charge de l’harmonisation des cadres nationaux, les investisseurs et les institutions internationales qui fournissent les capitaux pour les projets d’infrastructures et les industriels qui sont en charge des équipements et de l’exploitation.

Priorities Areas	Challenges
Establishing Enabling Environments	<ol style="list-style-type: none"> 1. Level playing field for business/Regional telecommunication/ICT market 2. Enabling Telecommunication/ICT policy and regulatory frameworks 3. Innovative universal access policy 4. Integrative e-strategies Relevant and valuable Telecommunication/ICT applications, services and content <ol style="list-style-type: none"> 6. Integration in the information society and exercise of citizenship rights 7. Management of scarce resources: frequencies, numbers right-of-way 8. Security and reliability 9. Convergence licensing
Technological Convergence and Inter Operability	<ol style="list-style-type: none"> 1. Convergence 2. Standardization 3. Interoperability
Building Broadband Infrastructures and Reinforcement of the African Internet Network	<ol style="list-style-type: none"> 1. Broadband Infrastructures 2. Reinforcement of the African Internet Network 3. Technology neutrality and sustainability
Capacity Building	<ol style="list-style-type: none"> 1. Training Institutions 2. Increasing the pool of available Telecommunication/ICT skills 3. Training a broader base of Telecommunication/ICT professionals Encourage the deployment and utilization of Telecommunication/ICT across all socio-economic sectors in Africa: especially: encouraging girls and women to use Telecommunication/ICT, encouraging the use of Telecommunication/ICT to increase access to lifelong learning <ol style="list-style-type: none"> 5. Increasing research and development capacity Increasing financing levels for Telecommunication/ICT related capacity building
Mobilization and Efficient use of Financial Resources	<ol style="list-style-type: none"> 1. Developing universal access/service fund mechanisms Developing cooperation, multi-stakeholder partnerships and seed financing <ol style="list-style-type: none"> 3. Improving coordination of Telecommunication/ICT initiatives and projects 4. Developing domestic finance and promoting foreign direct investment
Industrialization and Research and Development	<ol style="list-style-type: none"> 1. Encourage developing software and hardware in Africa 2. Encourage R&D and industrialization of African ICT systems

Tableau 2: Secteurs prioritaires des politiques des TIC au niveau africain (Source : Union Africaine, 2008, p. 14).

Outre ce tableau de bord continental, l'Union Africaine a également été partie prenante d'autres initiatives importantes, notamment à travers les recommandations du Sommet *Connecter l'Afrique* de 2007. Les initiatives africaines régionales ont notamment mis l'accent sur : le développement des compétences, l'harmonisation réglementaire en vue de l'intégration des marchés des TIC, l'interconnexion, l'universalité de l'accès et la numérisation des technologies. Au-delà de ces considérations transversales sur l'état des TIC sur le continent, d'autres préoccupations plus spécifiques émergent également à l'échelle africaine relativement aux TIC. Nous allons dans les prochains paragraphes évoquer la question du processus de numérisation et ses implications pour certaines catégories d'acteurs, dont ceux du champ médiatique.

En octobre 2004 a eu lieu à Marrakech au Maroc une « Conférence sur le rôle et la place des médias dans la société de l'information en Afrique et dans les pays arabes ». Le *plan d'action* produit à l'issue de la conférence a recommandé une stratégie en six points qui problématise les enjeux suivants touchant aux TIC (Orbicom, 2004) :

1. *Liberté, indépendance et pluralisme des medias*, notamment la cybersécurité, la liberté d'expression et le droit d'accès à Internet ;
2. *Place des médias traditionnels et des nouveaux médias dans la société de l'information*, en particulier les enjeux liés au journalisme ;
3. *Réduction de la fracture numérique dans les medias*, en privilégiant la formation à la culture numérique en vue de transformer la fracture numérique en « opportunité numérique » ;
4. *Professionnelles des médias dans la société de l'information*, dans le but de favoriser la représentativité des femmes dans la profession et de mettre au premier plan les thématiques liées aux inégalités de genre ;
5. *Culture, multilinguisme et médias dans la société de l'information*, à travers la promotion des patrimoines culturels et représentation de la diversité linguistique et culturelle ;
6. *Gouvernance d'Internet*, en proposant une distinction entre les questions d'ordre technique et celles liées au contenu.

La conférence de Marrakech a mis l'accent sur des enjeux récurrents mis de l'avant par la société civile dans différents pays africains dans une conjoncture où les TIC sont de plus en plus intégrés dans les politiques de développement. D'un autre côté, à l'échelle du continent, la prise en compte de la réalité nouvelle que constitue la convergence se superpose à une préoccupation déjà ancienne relative à la nécessité de réduire la fracture numérique, l'un des objectifs des politiques publiques de la quasi-totalité des pays africains. Les *réseaux de prochaine génération* (suivant la traduction de l'acronyme anglais *Next Generation Networks*, NGN) et les services à large bande sont au cœur de la stratégie de l'UIT-D pour réduire la fracture numérique en Afrique. A cet effet, l'UIT-D a mis en place une stratégie axée autour de la migration vers les réseaux NGN dans les pays en développement en vue de réduire la fracture numérique. Les implications de la fracture numérique sont extrêmement importantes et touchent à presque tous les secteurs de la vie sociale.

Dans le champ médiatique, les enjeux sont thématiques sous l'appellation de migration vers le numérique (MVN). La MVN comme objectif souhaitable est d'abord servie par des changements technologiques majeurs mais le processus prend place dans un cadre politique, économique et social plus vaste qui affecte considérablement le champ et les pratiques médiatiques (pratiques professionnelles, de consommation et redéfinition des contours d'un domaine qui se situe quelque part entre la production et la consommation médiatiques). En termes de valorisation de productions médiatiques dans une approche socio-économique, une donnée objective est liée au fait que les annonceurs seront intéressés à faire leurs publicités auprès des supports dont l'audience est solvable ou est pertinente pour leurs produits. Par ailleurs, la non obtention d'une masse critique d'audience rend problématique la justification de subventions publiques. Cette fragmentation pose de sérieuses menaces à l'existence d'un public au sens plein du terme au lieu de niches de consommateurs.

La MVN concerne non seulement la production de signaux mais également la numérisation des archives des médias. C'est en raison de cette orientation que les médias d'opinion se sont emparés de cette problématique en vue de promouvoir leur cause dans la nouvelle conjoncture sociotechnique africaine, notamment à travers l'évocation du service public.

Le paysage médiatique dans les pays africains peut être considéré comme étant plus pluraliste qu'il ne l'était il y a une quinzaine d'années. Jusque dans les années 1990 par exemple, le Togo ne disposait que de quatre médias (Radio-Lomé, Radio-Kara, Togo-Presse et Télévision togolaise). Depuis cette date, le nombre de médias a décuplé. Il existe près de dix chaînes de télévision, une quarantaine de chaînes de radio et près d'une centaine de journaux écrits. Cette multiplication et cette diversification du paysage médiatique sont des données récurrentes dans la quasi-totalité des pays africains depuis le milieu des années 1990. Les luttes sociales pour une plus grande démocratisation n'y sont pas étrangères. Même s'il existe des médias d'État (qu'il faut distinguer en termes de contenu des médias de service public), il y a maintenant des possibilités alternatives en termes de production (le degré de variabilité du contenu, qui réfère à la diversité est une autre affaire).

La convergence et la migration vers le numérique font ainsi partie d'un processus de libéralisation et de diversification de l'offre de services et des acteurs. Dans ce contexte, un enjeu important est la préservation de la spécificité des productions médiatiques dans un univers convergé par rapport à celles d'autres productions culturelles (industries culturelles ou créatives). L'un des moyens les plus importants pour le faire est d'insister sur la mission de service public des médias, mais ce n'est pas une mince affaire.

Il existe en effet une tentative de déloger la mission de service public du domaine exclusif de la radiodiffusion pour l'attribuer à l'ensemble des opérateurs (exploitants de réseaux de télécommunications, blogueurs, ONGs, ...) jouant un certain rôle à cet effet. Certains chercheurs proposent de dissocier les « médias de service public » des « médias publics de service public ». La mission de service public permet d'effectuer ce décollage puisque des médias privés, communautaires ou de statut hybride pourraient de ce fait revendiquer une mission de service public en raison de leur positionnement ou de la pertinence sociale de leurs activités. A titre d'exemple, en Angleterre, il existe de puissantes pressions pour diminuer les impératifs de service public institutionnellement dévolus à la BBC. De fait, certains acteurs privés font un puissant lobbying au motif que les subventions publiques de la BBC sont une forme de concurrence déloyale¹.

La BBC a en retour proposé un certain nombre de mesures qui se rapprochent d'une mutualisation des ressources et qui semblent être des pistes intéressantes, notamment dans les contextes de rareté des ressources qui caractérisent les pays africains. Ces initiatives prennent notamment d'un côté la forme d'un partage des infrastructures de production, notamment en ce qui concerne les nouvelles locales et d'un autre côté celle d'un partage de l'expertise de la BBC avec les autres acteurs. Dans le cas britannique, il s'agit pour l'institution médiatique de s'ouvrir aux autres acteurs dans un projet de promotion globale du secteur des communications dans une perspective d'intérêt public. Ce faisant, on se rend compte que d'importantes pressions pèsent sur certains acteurs, ces contraintes étant en partie liées à la reconfiguration technologique et institutionnelle consécutive à la dynamique nouvelle de la régulation.

Cette évolution conjoncturelle que la régulation (parfois définie comme « la bride que l'État tient sur le cou de l'économie ») touche les conditions d'accès des exploitants de services, le choix des services et le nombre de canaux dédiés, le régime particulier réservé aux opérateurs diffusant conjointement en numérique et en analogique pour une période transitoire (« dual illumination ») ou la nécessité de préserver le pluralisme médiatique. Autant d'objectifs que les pouvoirs publics semblent vouloir promouvoir. Il s'y ajoute du côté de la réception le problème non moins essentiel de l'accessibilité des services pour les populations.

¹ Le cas britannique est à plusieurs égards paradigmatique en raison des tendances internationales en matière de régulation des médias. Le caractère d'exemplarité internationale de la BBC et le fait de la reprise des cadres juridiques occidentaux par les postcolonies africaines expliquent l'air de familiarité que les réglementations peuvent parfois présenter en Europe et en Afrique.

Des évolutions importantes ont caractérisé le champ médiatique suite aux développements technologiques et institutionnels récents. A titre d'exemple, le concept de radiodiffusion publique (*public broadcasting*) est en mutation suite à la conjonction de trois ordres de facteurs (Mosco, 2008) :

1. La notion de « public » est passée d'une conception centrée sur le partage de préoccupations par l'ensemble de la communauté à une fragmentation en publics du fait du pluralisme médiatique
2. La notion de « service » est passée de la délivrance d'un contenu à un public donné à un cadre où des usagers actifs font en partie du « self service » et du « shopping ». En conséquence, l'activité des usagers est une donnée inédite de l'équation.
3. La notion de « radiodiffusion » (*broadcasting*) est passée d'une conception exclusive de point à masse avec une technologie hertzienne vers une complexification et évolue en partie vers le « narrowcasting » sur une multiplicité de supports avec une possibilité d'interaction des usagers finaux.

La pertinence des applications est à définir en rapport avec un contexte donné. Ainsi :

Plusieurs types d'applications utilisés de manière importante dans les centres urbains peuvent ne pas être la meilleure solution dans les zones rurales et isolées des pays où les gens ont une éducation formelle et un taux d'alphabétisation faibles. Parfois, la radio et la télévision, ainsi que les communications vocales, sont plus efficaces pour communiquer l'information à ces populations que l'e-mail ou les pages Internet. (Oestmann et Dymond, 2009, p. 316).

Selon ces deux auteurs, pour obtenir le meilleur impact, un contenu et des applications spécifiquement développées pour les zones rurales doivent prendre en compte les exigences suivantes (Oestmann, Dymond, 2009, p. 317) :

1. les applications proposées doivent apporter un plus par rapport aux médias classiques, notamment la radio qui a été fortement appropriée par les populations, notamment en Afrique subsaharienne ;
2. les usages ne doivent pas nécessiter des niveaux élevés d'alphabétisation ou de connaissance des langues étrangères en raison du faible taux d'alphabétisation des populations en zones urbaine et rurale ;
3. la maintenance des équipements doit être pensée en vue de réduire les interventions coûteuses en exigeantes en expertise.

Par ailleurs, la classification traditionnelle des médias en termes de délais de diffusion ou de types de contenus est mise à mal. Elle permettait jusqu'à récemment de distinguer les médias entre eux et de favoriser en termes de positionnement et de public cible des stratégies différenciées. De plus en plus cependant, la valorisation des produits médiatiques doit être repensée avec le brouillage des frontières consécutif à la convergence technologiques mais aussi à la concurrence de supports non professionnels mais qui dorénavant s'inscrivent sur le registre du « journalisme citoyen ».

Ces enjeux importants, analysés sous la thématique de la « migration vers le numérique » dans nombre de pays africains, posent des problèmes importants en matière de régulation :

En effet, alors que la plupart des pays disposent d'organes différents en charge de la régulation des télécommunications et des médias, il apparaît que les compétences reconnues de chaque organe pris isolément se révèlent limitées pour la régulation de ces nouveaux services. Un nouveau défi qui se pose aux autorités de régulation des médias... Comment améliorer les capacités de régulation des organes ? Un nouveau défi qui se pose aux autorités de régulation des médias Quels types de régulation pour la presse numérique ? (Institut Panos, 2010, p. 3).

Poser la question dans ces termes, c'est introduire la question institutionnelle de la convergence de la régulation elle-même (Kane, 2010). D'aucuns considèrent en effet que la convergence des technologies, des supports et des contenus nécessite en retour une convergence de la régulation

pour intervenir efficacement auprès des acteurs et pour favoriser le développement du secteur des TIC.

Conclusion

Le financement des applications et des contenus est le parent pauvre des e-stratégies, au profit des projets d'infrastructures. En effet, l'offre de contenus est beaucoup moins développée dans les pays africains que les projets d'équipements. Il s'y ajoute une forme de quadrature du cercle médiatique liée au fait que la faiblesse de l'accessibilité aux TIC en Afrique réduit le public potentiel et en retour cette réduction du public joue contre l'attractivité des médias en termes d'investissement et d'annonces publicitaires. Cet effet récursif, allié au fait que la marge financière n'est pas indéfiniment extensible, est une contrainte structurelle qui pèse sur les médias et l'économie des TIC. C'est d'ailleurs là encore un argument souvent invoqué en appui à l'action de l'État pour favoriser l'émergence d'entreprises médiatiques aux reins assez solides pour s'extirper de ces contraintes structurelles.

Plus largement, le financement en lien avec la réforme du secteur des TIC en Afrique est supposé investir de pair : le financement, les infrastructures, l'accès, la réforme juridique, les contenu et la formation en vue du développement des capacités (Institut Panos, 2005). Il va sans dire que les acteurs concernés par ces divers chantiers sont très diversifiés et vont du milieu local ou national des affaires aux investisseurs internationaux en passant par les milieux professionnels, les populations défavorisées (et les femmes au premier chef), les communautés rurales, les juristes, etc.

En ce sens, l'intégration des politiques publiques dans le cadre des politiques de développement, en particulier dans les documents stratégiques de réduction de la pauvreté (DSRP) imposés par la Banque mondiale dans les pays africains, est considérée comme essentielle. Notamment parce qu'elle place les TIC en tant que facteur structurant des politiques publiques au cœur des stratégies de développement des pays africains. Pour le meilleur ou pour le pire.

Bibliographie

BALIMA, Serge Théophile, 2007, « Les Médias de service public face aux défis de la convergence en Afrique », 4ème Conférence des Instances de Régulation de la Communication en Afrique (CIRCAF) Ouagadougou, 02 – 04 juillet 2007, en ligne, www.acran.org/CIRCAF2007/comBalima.pdf

Groupe de travail sur les mécanismes de financement des TIC au service du développement, 2004, « Financing ICTD. Examen des tendances. Analyse des retards et des pratiques prometteuses », en ligne, www.itu.int/wsis/tffm/final-report-fr.pdf

INSTITUT PANOS, 2005, *Régulation des communications électroniques à l'heure de la convergence en Afrique de l'Ouest et du Centre*, Dakar, IPAO, en ligne, <http://www.cipaco.org/spip.php?article3>

INSTITUT PANOS, 2010, « La charte africaine de radiotélédiffusion 10 ans après. 'Actualiser et répondre aux enjeux du pluralisme' », note de présentation, en ligne, <http://www.panos-ao.org/ipao/spip.php?brevel20&lang=en>

KANE, O., 2010, *L'organisation des télécommunications au Sénégal. Entre gouvernance et régulation*, Paris, Karthala, 210 p.

LOUM, N., 2009, « Questionner la solidarité numérique : une tentative de construction théorique », in Christian Agbobli (dir.), *Quelle communication pour quel changement ? Les dessous du changement social*, Montréal, PUQ, p. 127-142

MOSCO V., 2008, « Current Trends in the Political Economy of Communication », *Global Media Journal Canadian Edition*, volume 1, n° 1, pp. 45-63.

OESTAMANN, S., DYMOND, Andrew, 2009, « Accès et Service Universels. Module 4. Kit d'aide sur la réglementation des TIC », *UIT Infodev*, en ligne, <http://www.ictregulationtoolkit.org/en/Publication.aspx?id=3734&>

ORBICOM, 2004, « Conférence sur le rôle et la place des médias dans la société de l'information en Afrique et dans les pays arabes. Marrakech (Maroc) », Plan d'action, en ligne, <http://zainabi.over-blog.com/article-20349.html>

UNION AFRICAINE, 2008, « Study on Harmonisation of Telecommunication, Information and Communication Technologies Policies and Regulation in Africa », en ligne, <http://www.africa-union.org/root/UA/conferences/2008/mai/ie/11-14mai/executivesummary%20study%20on%20telecom%20policy%2031%20mars.pdf>

Internet et la transition dans Monde Arabe : les défis et les enjeux

Smail Kouttroub <skouttroub@yahoo.fr>

Université Mohammed –V- Souissi- Rabat. Institut Universitaire de la Recherche Scientifique(IURS)

Cet article porte sur les mutations de l'espace médiatique arabe à l'ère de la révolution numérique. Il aborde l'impact réel des nouvelles technologies de l'information et de la communication sur les transformations politiques majeures que connaît la région arabe.

Profitant de l'absence des cadres réglementaires auxquels sont soumis les canaux traditionnels d'information, on assiste aujourd'hui à une véritable ruée de la jeunesse arabe sur le Web. Internet s'est imposé progressivement dans un monde arabe vivant au rythme de la censure. Le bourgeonnement des sites, blogs, réseaux sociaux, apportant un éclairage non officiel sur la dynamique en cours dans la région, constitue une véritable révolution communicationnelle. Avec une production plus ouverte aux jeunes et à la société civile, on assiste à l'émergence d'un nouveau type de journalisme populaire, libre et participatif. Ces jeunes expériences relancent toutes les interrogations sur le rôle de l'information dans cette phase de transition. L'évolution actuelle mérite un examen attentif. Les développements qui suivront ont pour ambition première d'analyser le nouveau paysage médiatique arabe, caractérisé par un cruel déficit en matière de liberté d'expression et l'omniprésence de puissants groupes médiatiques. Aussi, on s'interrogera sur l'activisme des jeunes internautes sur la toile et des répercussions qu'il engendre sur la culture médiatique et les processus de transition en cours.

Médias arabes entre tutelle politique et intérêts mercantilistes

Le monde arabe est fréquemment montré du doigt pour ses atteintes à la liberté d'expression et au contrôle sévère que les autorités exercent constamment sur l'espace médiatique. Dans certains pays arabe, la libération de l'audiovisuel qui avance en trompe l'œil et l'apparition de puissants groupes ne remet pas en cause le conservatisme ambiant.

Un contexte autoritaire

L'universitaire et spécialiste des médias Francis BALLE écrivait: « la liberté de communication n'est assurément pas une liberté comme les autres, ni même la plus importante : elle constitue pour les autres libertés personnelles ou politiques, à la fois leur refuge et leur condition d'existence »¹. Dans le monde arabe, presque toutes les constitutions garantissent la liberté d'expression et celle de la presse. Dans un monde arabe en pleine effervescence, s'interroger sur le rôle des médias (presse écrite, radio, télévision, audiovisuelle, presse en ligne) dans les transitions en cours devient une nécessité. Aussi, les nouvelles opportunités qu'offrent les nouvelles technologies d'information et de communication nous invitent à interroger leur impact réel sur les événements qui secouent le monde arabe. En effet, tout débat éclairé sur les médias arabes doit prendre en compte la complexité et la diversité des contextes politiques, économiques et culturels de chaque pays arabe. En l'absence d'un projet médiatique arabe global, les particularismes de chaque pays peuvent nous éclairer sur les enjeux et les défis du paysage médiatique. Également, toute analyse sereine devrait prendre en considération le rôle des journalistes et des diffuseurs dans un contexte très conservateur. Dans un cadre autoritaire, il est très difficile de parler ou écrire librement. Le prix payé par ceux qui osent violer les règles répressives imposées par ces Etats est souvent trop cher. Les atteintes à la liberté de la presse au monde arabe sont multiformes : interpellations et emprisonnement de journalistes, saisie des journaux, suspensions d'émissions radios, etc.

¹ BALLE Francis, Médias et Société, Editions Montchrestien, 8ième édition, pp 250-260

Les causes profondes d'atteinte à la liberté de la presse sont essentiellement d'ordre politique et juridique. Politiquement, les régimes arabes se caractérisaient par l'exercice autoritaire du pouvoir, l'absence d'alternance et de l'Etat de droit. Dans pareil contexte, la liberté de la presse reste très aléatoire. La plupart des pays arabes conservent un arsenal de textes juridiques incompatibles avec la liberté d'expression. A titre d'exemple, le droit d'accéder à l'information n'est pas garanti. A l'exception de la Jordanie, qui a adopté en 2007 une loi en ce sens, aucun pays arabe ne garantit ce droit à ses citoyens. Partout, les lois se succèdent et se ressemblent. En Algérie, les députés de l'assemblée populaire nationale ont adopté, mercredi 14 décembre 2001, un projet de loi sur l'information, malgré l'opposition des journalistes et d'une bonne partie de la classe politique. Le nouveau texte contient de nombreuses restrictions, notamment en matière d'accès aux sources de l'information.

Au-delà de ce contexte particulièrement liberticide au sein des Etas arabes, la bataille pour le contrôle du champ médiatique commence à prendre des dimensions politiques internationales. A l'instar de radio Sawt Al arab qui diffusait l'idéologie panarabes dans les années 1950 / 1960, on assiste aujourd'hui au lancement d'une multitude de chaînes satellitaires arabophones (Aljazeera, Alarabiya,...) ou étrangères destinées aux téléspectateurs arabes de la région Afrique du Nord / Moyen Orient (BBC, France 24, Alhoura).

Aujourd'hui, tout le monde prête beaucoup d'attention à la concurrence pour l'hégémonie dans le champ de l'information au monde arabe. Ces chaînes deviennent de puissants instruments de politique étrangère aux mains des Etas. Désormais, les médias sont au cœur des transformations politiques que connaît la région. Cette diversité qu'offre le nouveau paysage médiatique arabe n'est pas forcément synonyme de liberté. La plupart des Etats de la région continuent de monopoliser le champ médiatique national.

L'émergence d'un puissant secteur médiatique privé ne constitue guère un progrès. L'Etat conserve toujours un strict contrôle sur ces entreprises de communications. Aussi, les médias électroniques dans les pays arabes n'échappent pas à la censure.

En effet, les réglementations sur l'octroi de licences permettent aux gouvernements d'autoriser ou non la création de chaînes de télévision, stations de radio ou de journaux. Les pressions énormes exercées sur les journalistes et les médias libres réduisent considérablement leur marge de manœuvre. Ils se retrouvent dans l'incapacité pratique de retranscrire les réalités des sociétés arabes, d'informer, de critiquer ou encore de contribuer à la formation d'une opinion publique éclairée. En effet, les médias ne critiquent plus et ne font que renforcer les conformismes. A titre d'exemple, les télévisions officielles arabes offrent un concentré d'images et d'informations ridicules. La sélectivité des images des récentes révoltes le prouve assez clairement. Le flot d'images de manifestations de soutien aux gouvernements cache le plus souvent les atrocités des régimes. En tout cas, la programmation et le contenu des médias arabes sont conçus pour servir les pouvoirs publics. L'émergence, ces dernières années, de puissants groupes médiatiques n'a nullement remis en cause les conservatismes et l'omniprésence des Etats dans le champ médiatique arabe.

Un passage médiatique dominé par de puissants groupes

Au monde arabe, la distinction privé / public n'est qu'artificiel dans le champ médiatique. La mainmise du secteur privé sur certains espaces communicationnels ne constitue guère un progrès. Il faut se garder de confondre diversité des médias, liberté et pluralisme politique. Les deux évolutions ne sont pas identiques et ne génèrent pas nécessairement une vraie dynamique de libéralisation politique ou médiatique. En effet, certains médias arabes peuvent parfois donner l'impression d'être indépendants. En réalité, ils restent toujours contrôlés par le gouvernement directement ou indirectement.

Cela jette le doute sur la crédibilité de la dichotomie privé / public, souvent évoquée en occident pour évaluer la marge de liberté des médias. Dans le monde arabe, la liberté d'expression n'est pas l'apanage du privé. Contrairement au modèle nord américain, caractérisé par l'omniprésence des médias commerciaux et celui d'Europe du Sud où l'Etat et les grandes formations politiques jouent un rôle important, la multiplication des médias privés au monde arabe suscite beaucoup d'interrogations quant à leur réelle autonomie et leur mode de financement. En tout cas, le caractère privé de ces médias arabes ne garantit en rien leur indépendance ou encore leur professionnalisme. A cela, il faut ajouter le contexte plus large dans lequel ces médias privés évoluent. Le caractère autarcique et familial de certains groupes de presse au Moyen Orient entretient une certaine culture médiatique rétrograde. Les exemples abondent : le journal Al-Riyad en Arabie Saoudite, Achark Al awsat dirigé par un membre influent de la famille régnante, le journal Al-Khalej aux Émirats Arabes Unis... Au Koweït, le journal Al-kabbas est une propriété privée dirigée par quatre grandes familles proches du pouvoir. Au Liban, la famille Hariri dispose d'un puissant groupe médiatique.

En effet, la majorité de ces groupes possèdent les principaux titres de la presse, ainsi que la plupart des revues et magazines d'information générale diffusés au monde arabe ou ailleurs. Ils contrôlent même le marché de l'édition. Bref, aucun secteur des industries de la communication n'échappe à leurs intérêts. Intimement liés aux décideurs politiques, ils franchissent rarement les lignes rouges. En contre partie, ces grands groupes bénéficient, le plus souvent, des largesses des Etats. Généralement, ces médias opèrent au sein d'un système rentier où le marché n'est pas totalement libre. Le système informationnel arabe s'est perverti à cause de la mainmise des politiques et grands groupes. La ruée vers le net n'est que la conséquence directe d'un paysage médiatique très en décalage par rapport aux réalités d'un monde arabe en pleine effervescence.

L'heure des remises en cause

Au monde arabe, les alarmants indicateurs du sous développement ne prédisposaient pas les sociétés de la région à entrer dans l'ère numérique. Pourtant, une rapide évolution a eu lieu et les jeunes arabes, indignés et avides de liberté, vont se ruer sur les nouvelles technologies pour contester l'ordre établi et réclamer le changement.

Le monde arabe et la révolution numérique

Progressivement, internet s'est imposé comme un puissant système de distribution parallèle de l'information et de la connaissance, sans frontières ni références géographiques et pour l'essentiel en libre accès. En effet, les médias traditionnels n'ont plus le monopole et la mainmise sur la production et la diffusion de l'information. L'émergence de nouveaux intermédiaires de l'opinion suscite beaucoup d'interrogations au monde arabe et ailleurs. Aussi, la montée en force des organisations en réseaux demeure l'une des conséquences les plus importantes de l'actuelle révolution informationnelle. Dès lors, on commence à s'interroger, au Nord comme au Sud, sur le rôle des médias et les nouveaux modes d'engagement politique adaptés à cette nouvelle ère informationnelle. Certainement, les opportunités offertes par la révolution numérique sont énormes. Néanmoins, les défis sont multiples : capacité de ces nouvelles technologies à servir la démocratie, réduction fracture numérique Nord / Sud, et la question cruciale de la liberté d'accès à l'internet à l'intérieur d'Etats autoritaires. Hormis ces interrogations, l'information devient l'objet même de l'affrontement. Certains auteurs font l'éloge des réseaux de communication. Ils vont jusqu'à parler d'une véritable cyberculture, d'une interactivité délicieuse entre l'homme et la machine, mais aussi entre les hommes, d'un accès égal de tous à un savoir universel, en passant par –dessus la tête de tous les médiateurs (journalistes corrompus, experts imbus de leur compétence..). Pour d'autres, une véritable liberté d'expression serait possible, la démocratie directe par sondage électronique serait réalisable et même déjà en voie de réalisation². Analysant

² Lire « internet, l'extase et l'effroi » Manière de voir Hors série octobre 1996

cette évolution, Lucien Sfez estime que l'étape actuelle est la suite révolutionnaire et logique de ce mécanisme de transformation qui lie les différentes formes de la société aux changements techniques dans le domaine de la communication vue comme transmission du savoir³.

Ceci étant, le glissement du public vers l'internet est spectaculaire. Aujourd'hui, deux Européens sur cinq déclarent avoir réduit le temps consacré à la télévision, au profit d'internet. Ces chiffres montrent clairement la grande insertion des sociétés européennes dans l'ère numérique⁴. Au monde arabe, l'entrée dans cette nouvelle ère numérique s'est faite progressivement. Les multiples rapports du Programme des Nations Unies pour le Développement (PNUD) signalent le retard pris par les pays arabes et ses conséquences sur la transmission du savoir. En effet, les statistiques sont alarmantes. Sur 2 milliards d'utilisateurs d'internet en 2011 dans le monde, il y aurait entre 40 et 45 millions d'internautes dans 16 pays du monde arabe (sur une population estimée à 351 millions d'habitants). Selon les chiffres disponibles, l'utilisation de l'Internet dans le monde arabe reste négligeable par rapport à la taille de la population. L'information disponible en langue Arabe sur Internet constitue moins d'un pour cent du contenu total de la toile. Malgré la hausse des taux d'utilisation de l'Internet dans les pays du Moyen-Orient au cours des sept dernières années, le monde Arabe n'attribue pas beaucoup d'importance à la création des contenus et des informations diffusés sur Internet et se contente de l'utilisation de l'existant. L'accès à l'ère numérique est handicapé par un contexte particulièrement difficile. Au monde arabe, l'analphabétisme atteint 36 % de la population en 2011 dont 20 % parmi les jeunes. En milieu rural où vivent 60 % de la population arabe, l'analphabétisme est deux fois plus élevé qu'en milieu urbain. La pauvreté et le coût relativement élevé des tarifs des nouvelles technologies dans certains pays de la région, la maîtrise des langues étrangères et les compétences requises pour utiliser les NTIC ne favorisent pas la banalisation de ces nouvelles technologies.

Pourtant, internet représente un potentiel extraordinaire dans la mesure où 70% des internautes arabes ont entre 20 et 30 ans, tandis que 25% d'entre eux sont des femmes. Dans les années 1990, le monde arabe est considéré comme un désert numérique. Progressivement, le degré d'appropriation des NTIC dans la région allait connaître une grande évolution. Aujourd'hui, les nouvelles technologies sont une réalité. Le développement d'internet dans la région arabe repose essentiellement sur les infrastructures réalisées par les Etats et certains groupes privés. Les investissements conséquents dans les systèmes de communications ont contribué à la réduction de la fracture numérique avec les pays avancés et à la démocratisation de l'accès à l'information. A titre d'exemple, le marché de l'internet a connu une forte progression au Maroc. Une augmentation de 31,6 % a été constatée entre 2006 et 2007. Le nombre d'abonnés a atteint 526 080 en 2007. Le parc d'abonnés internet bas débit, toutes options confondues, a connu une hausse de 510,1%⁵. Une récente étude menée par l'université de Dubaï sur les médias sociaux, constate un changement dans les modes de communication dans le monde arabe. Aussi, le nombre d'utilisateurs de facebook dans la région a connu une progression de 78%. En fait, il est passé de 11,9 millions à 21,3 millions d'utilisateurs entre 2010 et 2011. Selon la même étude, les jeunes constituent 75 % des usagers d'internet au monde arabe. En 2009, le monde arabe est représenté par 35 000 blogs actifs. Certainement, les événements récents vont faire émerger de nouvelles vocations. Concernant les réseaux sociaux, l'Egypte compte 5 millions d'utilisateurs, sur 17 millions d'utilisateurs dans le monde arabe. L'arabe, le français et l'anglais sont les principales langues utilisées. En 2011, Twitter lança une version en arabe. En Tunisie, le nombre officiel d'utilisateur d'Internet s'élevait à moins de trois millions en avril 2009, soit un taux de 29 % alors que le nombre d'abonnés restait limité à 300 000 soit environ 3 % de la population.

Ces mutations extraordinaires induites par ces nouvelles technologies transformeront-elles le paysage médiatique arabe ? L'ère numérique a-t-elle, comme le prétendent certains, favorisé les révoltes arabes ?

³ SFIEZ Lucien, « Internet les ambassadeurs de la communication », Le Monde diplomatique, mars 1999.

⁴ BELANGER Pierre, « la métamorphose de la télévision », l'état du monde 2008, Sous la direction de Bertrand BADIE et Sandrine Tolotti, Editions La découverte, Paris 2009

⁵ BADAOUI Rachid, « Que font les jeunes maghrébins sur internet », Afkar automne 2009

Les nouveaux espaces d'expression et la dynamique du changement

Au monde arabe, les nouvelles technologies de communication sont devenues une réalité. Après les révoltes, beaucoup a été dit et écrit sur l'impact des réseaux sociaux sur le déclenchement de la dynamique du changement dans la région. Certains observateurs surestiment leur rôle et parlent même d'une révolution numérique dans le monde arabe tandis que d'autres observateurs se montrent plus prudents. Pour eux, la contribution de l'internet à la chute des régimes ne saurait cacher l'incapacité des technologies de l'information, à elles seules, à couronner de succès un processus révolutionnaire. Certes, le rôle mobilisateur d'internet a été déterminant. Néanmoins, ce sont les sacrifices, le caractère populaire des révoltes et le rôle avant-gardiste joué par les jeunes qui ont rendu possible le changement. Loin de révolutionner l'action politique, internet devient une arme au service d'un projet de transformation politique et sociale. Les effets déstabilisateurs des réseaux sociaux sont indéniables. Au monde arabe, la crise de confiance dans les médias engendrait une ruée vers la toile. En effet, internet offre cette opportunité pour une jeunesse qui ne se reconnaissait plus dans un système médiatique officiel en perte de crédibilité. Au monde arabe, on ne s'informe plus devant la télévision officielle mais en flux et en live continu grâce à son ordinateur. La fréquentation des sites à la recherche d'informations fiables sur l'actualité nationale ou internationale se banalise. Ultérieurement, les jeunes ne se contentent plus de s'informer sur la toile. En effet, les opposants découvrent cet espace de liberté et des voix critiques commencent à être audibles sur internet. L'autoritarisme des régimes arabes et l'incapacité des partis de l'opposition classique à mobiliser la rue ont favorisé la ruée vers les nouvelles technologies de communication. Dans des Etats en mal de médiation, les réseaux sociaux ont montré leur capacité à développer un discours politique autonome qui défie les thèses officielles. Sur Facebook ou Twitter, n'importe quel jeune peut créer ou adhérer à un groupe et diffuser une image vidéo à caractère politique ; l'activisme sur la toile n'obéit à aucune hiérarchie ou discipline organisationnelle. C'est un nouvel espace qui offre plus de liberté que n'importe quelle formation politique. Les récentes révoltes arabes combinent modes de protestations classiques et nouvelles technologies. Sur les réseaux, les jeunes opposants s'activent sur plusieurs fronts. Ils dénoncent tout : les abus de pouvoir, la torture exercée par les services de sécurité (Egypte), la falsification des élections, les scandales financiers, la corruption, etc. Désormais, les groupes d'anonymes dénoncent les atteintes à la liberté d'expression en Egypte, en Tunisie, en Algérie, en Libye et vont même jusqu'à s'attaquer aux sites officiels. Aussi, les jeunes internautes ont réussi à transmettre, au reste du monde, les révoltes qui secouaient les pays de la région. La couverture instantanée et les images diffusées sur internet deviennent progressivement source crédible d'informations pour les grands médias. Cette nouvelle donne favorisait une plus grande visibilité aux événements et mettait sous pression les gouvernements de la région. L'effervescence créée sur la toile ne laissait pas indifférents les régimes autoritaires de la région. Source de préoccupation pour les gouvernements arabes, cette rapide évolution de l'utilisation des nouvelles technologies de l'information et de la communication contraste avec le conservatisme des élites au pouvoir. Pour ces gouvernements, il n'est pas question de céder. Partout, les Etats ripostent de la même manière lors des soulèvements : couper internet pendant quelques jours et effectuer des blocages ponctuels sur certains réseaux (Facebook, Twitter...). Conscient du potentiel de nuisance que représentent ces nouvelles techniques de communications, ces gouvernements tentaient par tous les moyens d'exercer un contrôle en amont en aval. S'inspirant des méthodes exercées sur les médias classiques, les gouvernements vont mettre en place un dispositif législatif, technique et humain de surveillance et de contrôle des militants qui s'activent sur la toile. En plus du cadre réglementaire portant atteinte à la liberté d'expression, le contrôle de la toile concerne également les fournisseurs d'accès à internet, la messagerie des opposants, les blogues, les réseaux sociaux, le filtrage du contenu...etc. Face à cette volonté de censure, les jeunes internautes jouaient la carte de l'anonymat comme mode de contournement des différents contrôles⁶. Difficilement identifiables, les opposants recourent aux proxys pour se connecter de l'étranger. Dans certains cas, les réseaux sociaux diasporiques prenaient le relais en se substituant aux activistes de

⁶ LECOMTE Rommain, « L'anonymat comme art de résistance, le cas du cyberspace tunisien », revue Terminal, n 105 , octobre 2010.

l'intérieur. L'exemple des diasporas égyptiennes et tunisiennes l'illustre bien. Cela contribue à l'internationalisation des révolutions. La toile devient un moyen de communication politique incontournable donnant, dans certains cas, naissance à de nouvelles formes de solidarité. Le 11 février 2011, le président Français publia sur son profil : "Je salue le moment historique que vit l'Égypte. La France appelle tous les Égyptiens à poursuivre sans violence leur marche vers la liberté, qu'elle soutient avec amitié et à laquelle elle est prête à apporter tout son concours ». Au-delà de l'impact réel des nouvelles technologies sur l'ampleur des changements en cours, le débat sur le rôle de l'information dans les sociétés en transition est loin d'être clos. Plus que jamais, la production de l'information est ouverte aux amateurs de tous bords. Un journalisme populaire est en train de voir le jour. Le contenu éditorial et la marge de liberté que l'on peut avoir au cœur de ces nouveaux supports médiatiques posent le problème de la responsabilité et de l'éthique de l'information.

Certainement, le monde arabe vit son moment de vérité. La conscience sur les grandes opportunités que constituent les nouvelles technologies de communication s'est répandue. Dans cette phase de transition, il est urgent de réfléchir sur les défis que pose aujourd'hui le passage d'un paysage médiatique contrôlé à une société libre et maître de son destin. Malgré les inquiétants niveaux d'alphabétisation et le fossé numérique séparant le monde arabe des pays les plus avancés, les jeunes révolutionnaires arabes ont réussi à instrumentaliser les nouvelles technologies et à en faire un vecteur de mobilisation politique des masses et de changement.

Dans la période post-révolutionnaire, les enjeux sont d'une toute autre nature. Les nouvelles technologies doivent contribuer à l'enracinement du pluralisme et surtout jeter les bases d'une démocratie authentique et d'un nouvel ordre médiatique au monde arabe.

Bibliographie

BALLE F., Médias et Société, Editions Montchrestien, 8ième édition, pp 250-260

BELANGER P., « la métamorphose de la télévision », l'état du monde 2008, Sous la direction de Bertrand BADIE et Sandrine Tolotti, Editons La découverte, Paris 2009.

Manière de voir Hors série octobre 1996. « Internet, l'extase et l'effroi ».

RUELLAN, D., *Le journalisme ou le professionnalisme du flou*, PUG, Grenoble, 2007.

SFIEZ L., « Internet les ambassadeurs de la communication », Le Monde diplomatique, mars 1999.

Les réseaux sociaux, facteurs d'avènement et de pérennisation de la démocratie au Maghreb et au Moyen-Orient

Makhoudia Diouf Nom <makhoudiadiouf@gmail.com>

MoDyCo/CNRS- Université de Nanterre Paris Ouest La Défense

On parle de révolution assistée par l'ordinateur pour souligner la place centrale jouée par les technologies de l'information et de la communication dans les révolutions démocratiques qui ont secoué récemment certains pays de Maghreb et du Moyen-Orient. Même si les causes de ce vaste mouvement démocratique sont larges et diverses avec des ramifications, sociales, politiques, économiques, il est, aujourd'hui, établi et largement admis que les réseaux sociaux, Facebook notamment, ont joué un rôle prédominant dans cette révolution. Cette communication vise à expliciter l'impact de Facebook, dans l'avènement et le cas échéant la pérennisation d'un régime politique démocratique dans cette partie du monde. Les révolutions arabes, appelées aussi Printemps arabe ont fait tomber 4 dictateurs respectivement en Tunisie, en Egypte, en Lybie et le Yémen. Nous choisirons toutefois, par souci d'exhaustivité, de focaliser notre analyse uniquement sur deux pays : la Tunisie et l'Égypte.

La problématique : Facebook nouvelle agora démocratique

Les Technologies de l'information et de la communication exercent dans tous les pays, quel qu'en soit le régime, une influence qu'aucun pouvoir politique ne peut négliger. La grande révolution démocratique au Maghreb et certains pays du Moyen-Orient, a été causée ou du moins largement favorisée, selon de nombreux observateurs, par les réseaux sociaux, essentiellement Facebook et Twitter. Contrairement aux médias classiques qui cartographient et représentent le monde de façon extrêmement imparfaite et partielle, et le plus souvent accaparés par des élites sociales, politiques, économiques, politiques, les réseaux sociaux proposent une première correction à ce déséquilibre d'égalité en donnant à tout un chacun la possibilité de participer activement à l'élaboration des règles communes, d'intervenir en tant que citoyen à sa guise dans les affaires de la Cité. Bref, les technologies de l'information et de la communication consacrent l'élargissement de l'espace public, au delà même des frontières géographiques, au sens de Habermas, c'est-à-dire : *«le processus au cours duquel le public constitué d'individus faisant usage de leur raison s'approprie la sphère publique contrôlée par l'autorité et la transforme en une sphère où la critique s'exerce contre le pouvoir de l'État.»*¹ En effet, les révolutions arabes se sont déroulées au Maghreb et au Moyen-Orient mais elles ont quand même tenu en haleine l'ensemble de la planète. Dans cette communication, nous postulons que les TIC changent véritablement la pratique démocratique car elles proposent un espace qui favorise détermine expressément le débat démocratique. Cet élargissement de l'espace public comme lieu de débat égalitaire et de discussion interactive constitue, au sens le plus grand et le plus exceptionnel, ce qu'on pourrait appeler la démocratie-monde².

Désormais, on ne peut plus parler de démocratie dans la société sans évoquer certaines notions fort d'actualité, par exemple : *« l'identité numérique », « la démocratie connective et d'interaction », « de citoyenneté numérique »*... A ce propos, la définition de la démocratie par Claude Lefort correspond véritablement aux technologies de l'information et de la communication : *« chacun est en relation avec tous, un endroit où l'information circule, où la légitimité de la différence des opinions existent, avec une importance du conflit »*. La définition de Pierre Rosanvallon va dans le même sens : *« la démocratie est à la fois une forme de société et un régime politique »*. A la

HABERMAS J., 1997, *L'espace public : archéologie de la publicité comme dimension consultative de la société bourgeoise*, Paris, Payot,

LAMY P., 2002, *La démocratie-monde: Pour une autre gouvernance globale*, Paris, Seuil, 90 pages

lumière des ces définitions de la démocratie, nous adopterons une approche sociologique des TIC en Tunisie et en Egypte comme à la fois un outil qui est le ferment de la pratique démocratique et comme un espace et une forme de société démocratique. Contrairement à la Libye, la Tunisie et l’Egypte avaient un régime politique démocratique avec des chefs d’état élus par le peuple, bien sûr, le plus souvent, après des élections truquées. A ce propos, des campagnes contestations des résultats des élections présidentielles dans ces deux pays, largement relayées dans les médias et sur les réseaux sociaux ont fortement participé à discréditer les pouvoirs des gouvernements tunisiens et égyptiens aux yeux de l’opinion public, et peuvent être analysées comme des signes avant coureurs des révolutions arabes qui allaient survenir.

Par ailleurs, la Tunisie et l’Egypte, juste après les renversements des dictateurs respectifs, se sont résolument engagées vers la voie de la démocratie en organisant des élections libres et démocratiques et en désignant une assemblée constituante chargée de rédiger une nouvelle constitution plus démocratique que les précédentes. De plus, pour structurer chronologiquement notre analyse, nous étudierons la forme de mobilisation véhiculée par le réseau social Facebook : entre le premier appel à manifester contre le régime en Tunisie, juste après l’immolation de Mohamed Bouazizi, le 4 janvier 2011, jusqu’à la publication des résultats des élections post-révolutions dans ces deux pays. En effet, Mohamed Bouazizi s’est immolé le 17 décembre 2010 et décédera le 04 janvier 2011. Dans les jours qui ont suivi ce suicide, des appels à la mobilisation déclenchés le plus souvent sur Facebook et aussi par le téléphone portable ont fait descendre des milliers de Tunisiens dans la rue pour manifester leur frustration et leur colère contre leur gouvernement déjà gangréné par la corruption et la gabegie. Notre choix porté sur Facebook n’est pas un hasard : outre le fait que c’est l’un des rares réseaux sociaux sur lequel les internautes s’inscrivent essentiellement avec leur propre identité. On dévoile souvent tout ou une partie de son identité sur ce réseau social. Ce réseau social a déjà fait ses preuves comme l’un des principaux vecteurs de mobilisations politique et citoyenne dans le monde, dépassant largement les blogs, les sites Internet, les forums de discussion, le téléphone portable. Exemple, lors du débat sur le Traité de la constitution en France en 2005, les défenseurs du non s’étaient essentiellement mobilisés avec succès d’ailleurs sur les réseaux sociaux, particulièrement sur Facebook. Là où les principaux médias classiques essentiellement la presse, la télévision et la radio étaient sur une ligne favorable du oui, les défenseurs du non, avaient en revanche axé leur mobilisation uniquement sur les réseaux sociaux et sur l’internet en général avec succès puisque les français ont finalement votés contre le traité.

Après les USA et l’Inde, les deux plus grandes démocraties au monde en nombre d’habitants, certains proposent à la troisième place Facebook, avec « sa population active » de 400 millions de membres en février 2010, ayant un droit de vote, une large liberté d’expression et une grande participation aux décisions, du peloton de tête des grandes démocraties du monde. *Le site se démocratise tellement qu’il devient presque une démocratie au sens académique du mot, il semble jouer, en même temps, un rôle d’instrument démocratique participatif.*¹

S’interroger sur la façon dont Facebook participe à la sauvegarde et à la pérennisation de la démocratie en Tunisie et en Egypte revient a priori à s’interroger sur les potentialités et les apports inhérents à ce réseau social comme outil démocratique. Pour le dire de façon plus affirmée : il s’agit de se demander si Facebook consacre une nouvelle forme de pratique démocratique,

TRAVERS. A/ Université Rennes I *Facebook : Une illustration de la démocratie ?*

Disponible sur : <http://telecom.sia-conseil.com/index.php/services-et-produits/100603-016-facebook-une-illustration-de-la-democratie>

marque-t-il l'avènement d'une démocratie collective et connective ?¹ Pour répondre à cette interrogation, je mets volontiers mon propos sous l'autorité de Pierre Rosanvallon et ses travaux sur la contre-démocratie. En effet, on voit apparaître aujourd'hui, avec les TIC, de nouvelles formes d'engagement politique et citoyen, indépendamment des partis politiques et des institutions (cf, lors du débat sur le traité de la constitution européenne). Le propos du philosophe Jacques Rancière résume bien cet aspect démocratique et accessible des TIC quand il démontre la présupposition d'égalité de tous qui existe sur l'Internet : « *la part des sans-parts dans l'espace de la parole publique* »² Aussi, nous analyserons essentiellement Facebook comme un lieu d'échanges et de délibérations, un lieu où se tient le débat public et où se consacrent les décisions collectives émanant de l'espace public amplement élargi. Comme un environnement qui permet le débat public et instaure une forme de société démocratique, plus égalitaire que l'Agora athénienne. Pendant la révolution arabe et aujourd'hui encore, Facebook fut et reste un formidable outil d'expressions, de revendications politiques des populations, un outil de contrôle de l'action des pouvoirs publics. En Egypte, pendant la révolution, conscient de la force de l'Internet et plus particulièrement de Facebook, le Gouvernement de Moubarak avait choisi de couper l'accès à l'internet pendant 5 jours. En Tunisie, lors du procès de l'ancien Président, la Cour l'a condamné entre autre pour avoir donné l'ordre de couper le réseau Internet. Rien de surprenant toutes ces tentatives de bâillonner le réseau, car contrairement aux médias traditionnels comme la presse, la radio et la télévision, la puissance des technologies numériques se singularisent par leurs capacités à contourner les barrières liberticides, à favoriser l'activité politique et citoyenne des gens de peu³, sans aucune limite, ni hiérarchie. La mobilisation sur l'internet et plus précisément sur le réseau social Facebook a consacré de nouveaux modes de mobilisations populaires : nombres d'appels à la manifestation en Egypte et en Tunisie ont été initiés avec succès sur Facebook. Cet outil met, en un temps record, en visibilité la multitude.

Les réseaux sociaux, de formidables contre-pouvoir aux mains du Peuple

Déjà, au lendemain de la révolution Française, Bergasse⁴, un homme de la Constituante affirmait : « *L'opinion publique est véritablement le produit de toutes les intelligences et de toutes les volontés ; on peut la regarder, en quelque sorte, comme la conscience manifestée d'une nation entière* ». Deux siècles plus tard, les TIC incarnent exceptionnellement cette prophétie de Bergasse.

Les réseaux sociaux sont devenus notamment la concrétisation la plus aboutie de cette intelligence collective concourant à l'avènement de modes inédits de constitution de communautés connectives. Réfléchissant sur les mutations profondes que connaît la démocratie représentative, Pierre Rosanvallon semble donner aux médias le pouvoir de corriger certaines imperfections démocratiques, lorsqu'il affirme. « *Les médias, pourrait-on dire, constituent la forme routinière et fonctionnelle d'une démocratie de surveillance dont les organisations militantes de la société civile incarnent en quelque sorte le pôle activiste* »⁵. Ce propos de Rosanvallon sur le pouvoir politique des médias peut être nuancé. On peut, en effet, opérer une hiérarchisation dans les différents médias ; la dichotomie entre les médias classiques et nouveaux médias se justifie

ROSANVALLON P., 2008, La légitimité démocratique, Paris, Seuil, 367 pages

RANCIERE J., 1995, La mécontente. Politique et philosophie, Paris, Galilée, 188 pages

SANSOT P., 1996, *Les gens de peu*. Paris, PUF, 228 pages

Sur la manière dont il convient de limiter le pouvoir législatif et le pouvoir exécutif dans une monarchie, septembre 1789, reproduit in A.P., 1^{re} série, t.IX, p.119.

ROSANVALLON P., 2009, La contre-démocratie. La politique à l'âge de la défiance, Paris, Seuil, P.72

pleinement. Au Maghreb et souvent dans les pays de cette partie du monde, les grands médias classiques demeurent essentiellement sous influence étatique (Daghmi, Toumi, Pulvar, 2010). Tandis que, les technologies de l'information et de la communication sont en revanche difficilement contrôlables. Le débat sur le contrôle ou non du Web en général est une question qui revient tout le temps. De nombreuses tentatives ont été mises en place pour soit limiter l'accès de l'internet ou à certaines sites Internet (avant la révolution, le site Wikipédia et certaines fonctionnalités du réseau Facebook étaient inaccessibles pour les Tunisiens). En France, la censure a disparu, mais la question de la régularisation du web se pose avec la création de l'agence Hapodi avec pour objectif sans ambiguïté : « à réprimer le partage d'œuvres culturelles sur Internet, (...) elle met en œuvre le dispositif de « riposte graduée », à l'issue duquel peut être prononcée une suspension de la connexion Internet des personnes soupçonnées d'actes de partage. » Le suicide du jeune Mohamed Bouazizi le 17 décembre 2011 à Ben Arous, en Tunisie, a été l'élément déclencheur d'un mouvement révolutionnaire sans précédent dans les pays arabes. Déclenchée presque involontairement par un seul homme, cette révolution sera ensuite propagée et structurée par le Peuple avec l'aide considérable des technologies de l'information et de la communication, Facebook essentiellement. La place de ce réseau social est essentielle dans les révolutions arabes, elle a été double : d'une part, il a joué un rôle formidable de vecteur de communications et d'informations pour les militants réunis par la mobilisation, d'autre part, Facebook a joué un rôle de leader d'opinion, une allégorie d'un homme providentiel, de leader d'opinion qui a réussi à cristalliser la colère et la frustration d'un peuple. Lors de la révolution en 1789, on a connu Marat, comme un porte-parole du peuple face au gigantisme réactionnaire du pouvoir royal. En 1968, en Hongrie la colère du peuple hongrois s'est cristallisée autour d'un homme providentiel Alexander Dubček. Aujourd'hui, la colère du peuple arabe contre l'autoritarisme des dirigeants arabes s'est en quelque sorte reconnue représentée par un personnage conceptuel Facebook. En effet, ce réseau social a servi de support, de relai d'opinions, a alimenté la contagion émotionnelle et permis à la révolution d'avoir un écho international et des répercussions populaires planétaires. Toutefois, si on se réfère aux travaux de Rosanvallon, on remarquera que le concept de Peuple est ambivalent, c'est une sorte d'énigme anthropologique sujette à de nombreuses interprétations philosophiques, sociologiques...

Pour Rosanvallon, la révolution au Maghreb est incontestablement l'œuvre de ce qu'il nomme *le peuple événement*, c'est-à-dire un peuple marqué par l'évidence d'une opinion, qui est une histoire pure d'une résistance (en l'occurrence la résistance aux dictateurs du Maghreb), d'un récit commun. Outre le peuple événement, il distingue 4 autres du Peuple : *le peuple arithmétique*, *le peuple histoire*, *le peuple raconté*, *le peuple principe*. De même que Jules Michelet (1880) parlait de *l'Eclair de Juillet* pour représenter *la révolution de 1830* qui, en France, a marqué la fin de la Royauté. De même, longtemps encore, on évoquera *le Printemps arabe* pour conceptualiser le vaste mouvement démocratique qui vient de se dérouler au Maghreb et au Moyen-Orient, avec des lieux hautement symboliques depuis en Tunisie et en Egypte, respectivement par *l'Avenue Habib Bourguiba* et *la Place Tahrir*.

Après la révolution arabe, Facebook comme nouveau garant de la démocratie balbutiante au Maghreb et le Moyen-Orient ?

Quelques mois après la chute des dictatures en Tunisie et en Egypte, les citoyens des deux pays ont été appelés aux urnes. Malgré tout, sur les réseaux sociaux, surtout sur Facebook, la mobilisation populaire et citoyenne n'a pas baissé la pression sur le pouvoir politique. Ceci peut

s'expliquer en se référant sur les conclusions de Daniel Bounoux¹, pour qui, l'Internet, Facebook notamment, constitue une échappatoire face à la crise de la représentation que traverse à l'échelle planétaire les régimes démocratiques. En effet, selon cet auteur, la démocratie représentative est par essence censitaire : il y a toujours moins de représentants que de représentés, c'est le règne d'une majorité qui écrase une minorité. En réponse à cette indétermination de la démocratie représentative, les TIC consacrent un peuple-véto ou comme pour le dire avec les mots de Rosanvallon, une démocratie de surveillance avec un triple impératif politiques : *veiller, dénoncer, noter...l'action des élus*. D'une manière générale, dans nos sociétés modernes, on remarque une désaffection des citoyens pour la politique en général dont l'indicateur le plus clair est sans doute les taux d'abstention record que l'on constate à presque toutes les élections. Dorénavant, les citoyens préfèrent d'autres modes de mobilisation, d'autres façons de prendre position sur les sujets politiques, par exemple on constate une grande vitalité de la mobilisation politique et citoyenne en ligne depuis la démocratisation de l'Internet. A ce propos en Egypte, le réseau social Facebook reste fortement mobilisé contre le pouvoir des militaires, réunis au sein du Conseil suprême des forces armées (CSFA) chargés de mener à bien la transition démocratique. Récemment, une grande mobilisation a été organisée, réunissant essentiellement par des femmes, pour le respect du droit et de la dignité de la femme dans une société égyptienne hautement phallocrate, après que des images largement relayées sur Facebook, montraient des militaires en train de tabasser une jeune femme. En Egypte encore, l'Armée qui s'est maintenue au pouvoir malgré le départ du Président Moubarak, n'hésite plus à s'adresser directement à la population pour les décisions politiques ou pour rassurer la population dans ses engagements à respecter et favoriser une transition démocratique rapide. En effet, l'armée égyptienne a ouvert son propre page Facebook, avec des objectifs bien affirmés. La page est dédiée : *«aux enfants et à la jeunesse d'Egypte qui ont fait éclater la révolution du 25 janvier et à ses martyrs»*.

Les militaires *«y répètent ne pas avoir d'aspirations politiques et œuvrer à une transition démocratique vers un pouvoir civil, près d'une semaine après la démission de M. Moubarak, au pouvoir depuis 1981»* En définitive, nos démocraties modernes sont entrées dans l'âge de la défiance, il y a une délégitimation de plus en plus systématisée des représentants. Les réseaux sociaux constituent, aujourd'hui, de formidables outils permettant la protection et la sauvegarde des avancées démocratiques en Maghreb, au Moyen-Orient et dans le monde entier. A côté de l'opposition classique des partis politiques et des groupes de pressions de tout genre, l'opinion publique et populaire semble faire émerger un nouveau parti politique : le réseau social Facebook.

Conclusion

Mon propos dans cette communication ne cherche pas à légitimer totalement le réseau social Facebook comme intrinsèquement démocratique, comme le seul outil qui aurait permis le Printemps arabe. D'autres technologies comme Twitter, des blogs ont eu aussi un rôle central dans la révolution. Par ailleurs, de nombreuses études et non les moindres ont souligné le rôle non négligeable joué par les images des télévisions, la chaîne Qatarienne d'information en continu Al-Jazira, par exemple. Nous avons uniquement essayé de montrer que les technologies de l'information et de la communication et surtout les réseaux sociaux en particulier Facebook ont cette capacité à favoriser l'émergence d'un peuple véto face aux pouvoirs publics. De plus, nous ne faisons pas un plaidoyer idéalisé des réseaux sociaux. Loin de nous, en effet, l'idée de faire le culte de l'internet. Sans pour autant minimiser l'apport considérable de Facebook par exemple

BOUGNOUX D., 2006, La crise de la représentation, Paris, La découverte, 176 pages

dans les révolutions arabes, le caractère fondamentalement démocratique des technologies de l'information et de la communication est à relativiser. Surtout, l'Internet est né sur un modèle anonyme : ainsi, les identités floues, multiples, souvent théâtralisées favorisent aussi l'expression des egos. Nous sommes dans des monologues interactifs (LEV-ON, MANIN, 2006) pas toujours propices à la constitution de communautés virtuelles homogènes, d'une démocratie d'interaction.

Bibliographie

HABERMAS J., 1997, *L'espace public : archéologie de la publicité comme dimension consultative de la société bourgeoise*, Paris, Payot,

LAMY P., 2002, *La démocratie-monde: Pour une autre gouvernance globale*, Paris, Seuil, 90 pages

TRAVERS. A/ Université Rennes I *Facebook : Une illustration de la démocratie ?*

Disponible sur : <http://telecom.sia-conseil.com/index.php/services-et-produits/100603-016-facebook-une-illustration-de-la-democratie>

ROSANVALLON P., 2008, *La légitimité démocratique*, Paris, Seuil, 367 pages

RANCIERE J., 1995, *La méésentente. Politique et philosophie*, Paris, Galilée, 188 pages

SANSOT P., 1996, *Les gens de peu*. Paris, PUF, 228 pages

Sur la manière dont il convient de limiter le pouvoir législatif et le pouvoir exécutif dans une monarchie, septembre 1789, reproduit in A.P., 1^{re} série, t.IX, p.119.

ROSANVALLON P., 2009, *La contre-démocratie. La politique à l'âge de la défiance*, Paris, Seuil, P.72

BOUGNOUX D., 2006, *La crise de la représentation*, Paris, La découverte, 176 pages

Représentations sociales et usages de l'Internet. Approche de l'appropriation des innovations

Aissa Merah <merah_aissa@yahoo.fr>

Université de Béjaia Algérie

Yamine Boudhane <yamineboudhane@yahoo.fr>

Université de Setif Algérie

A l'instar de toutes les nouvelles technologies, Internet en tant qu'innovation technique et dispositif social a été l'objet de plusieurs discours d'accompagnement et de représentations sociales. Notre question : Les usages sociaux de l'Internet sont-ils influencés par les représentations sociales des usagers ? L'objectif de notre recherche est double, d'une part découvrir les représentations qu'ont construites les étudiants sur l'internet et d'une autre part comprendre la relation existant entre ces représentations et les usages qu'ils ont développés en s'appropriant ce dispositif.

Introduction

Les efforts consentis en matière d'investissement en infrastructures et équipements informatiques en Algérie visant la généralisation de l'Internet ont réalisé un double glissement dans la connectivité et l'usage. Le premier est spatial visible au niveau de l'espace-endroit d'usage et ce, en déplaçant Internet en tant que dispositif et usages des endroits typiquement externes au foyer, (cybercafé, entreprise, institutions) pour les introduire dans l'espace familial. Le deuxième est visible au niveau de l'utilisateur en mettant fin au monopole de la communauté minoritaire et fermée d'internautes initiés et ainsi multiplier le nombre d'utilisateurs et diversifier les usages.

Il est clair que les usages domestiques de l'internet et ses pratiques en famille ont suscité tant de réactions et d'interrogations dues au poids des représentations et des discours sur cette innovation technique tant controversée dans une société en pleine mutation que les usages externes. Si les usages en dehors du foyer ont minoré et ignoré les représentations sociales au nom d'un consensus supposé conventionnel et collectif, les usages effectués dans le foyer s'avèrent intimement liés à ces représentations.

L'objectif de notre recherche est double, d'une part découvrir les représentations qu'ont construites les étudiants sur l'internet et d'une autre part comprendre la relation existant entre ces représentations et les usages qu'ils ont développés en s'appropriant ce dispositif.

Problématique

L'analyse sociohistorique des résultats des études portant sur l'évolution des usages de l'Internet en Algérie nous a permis d'effectuer un double constat de grande pertinence sociale et scientifique. Le premier se situe au niveau des changements opérés en usages dont la tendance générale tend vers l'homogénéité des usages utiles et professionnels et l'accélération du processus d'appropriation de l'Internet, ses services et ses fonctionnalités. Le second se présente à travers les indicateurs caractérisant les usages convergeant sur un lien existant entre la nature de l'usage et les représentations sociales de l'utilisateur lui-même de l'Internet. L'exploration des usages en dehors du foyer que ce soit en entreprise, en cybercafé ou en établissement de formation et ceux effectués en foyer familial, nous a fait ressortir une différence dans la problématisation et la signification des utilisateurs sur l'internet. Autrement-dit, les utilisateurs en dehors du foyer parlent plus spontanément et positivement de l'internet et leurs image et attitude à son égard sont beaucoup positives mais

peu justifiées. Et les usagers en foyer, contrairement aux premiers sont prudents et les représentations qu'ils font d'Internet même si elles sont aussi positives, sont justifiées et permettent de faire le lien avec les usages.

Pour les usagers, Internet, comme toutes les innovations, est un support de travail, une source de sujets de discussion. Il a aussi suscité et à la fois curiosité, appréhension, engouement, admiration, usages mais aussi méfiance voire non-usage. L'observation attentive des internautes en situation d'usage légitime l'interrogation sur le lien supposé entre les représentations sociales chez l'utilisateur et la nature de l'usage. Envisageant la confirmation de relation causale et explicative entre les représentations sociales et les usages, nous avons réalisé une étude chez les étudiants au niveau de deux universités algériennes, Béjaïa et Sétif. A l'instar de toutes les nouvelles technologies, Internet en tant que innovation technique et dispositif social a été objet de plusieurs discours d'accompagnement et de représentations sociales.

Notre question : Les usages sociaux de l'Internet sont-ils influencés par les représentations sociales des usagers ?

Eléments de méthode

Nous entendons vérifier l'importance de l'approche sociotechnique des appropriations des TIC mises en œuvre à travers de différents usages sociaux. Notre démarche vise aussi à trouver un terrain d'entente entre les perspectives techniciste et sociologique en interaction. Nous avons utilisé la méthode d'analyse des représentations sociales du réseau d'associations proposée par *De Rosa*. Ce choix est dû à sa capacité d'extraire les réponses et sa flexibilité d'adaptation selon les objectifs et le contexte de l'étude. Le choix des étudiants est justifié par la possibilité d'engagement de discussion lors des entretiens, par la diversification des usages chez cette catégorie d'utilisateurs et notre proximité avec elle.

Traditionnellement, les études effectuées portant sur l'approche de diffusion des innovations emploient les méthodes quantitatives basées sur le dépouillement des questionnaires. Pour notre étude qui relève de l'approche de l'appropriation des innovations, nous adoptons la méthode qualitative en employant l'entretien en profondeur que permet la technique d'analyse du réseau d'associations. Pour vérifier les réponses et pénétrer davantage la réalité des usages étudiants, nous avons croisé la technique de l'entretien par l'observation participante.

Les vingt internautes interrogés sont des étudiants inscrits en sciences humaines et sociales et ayant accès régulier à Internet chez eux. L'analyse de l'observation des usages et des entretiens en profondeur avec les utilisateurs a été effectuée en abstraction des variables personnelles, et ce, afin de nous épargner des études sur les usages différenciés et sur le genre.

Pour encourager les étudiants retenus pour l'entretien selon la méthode d'analyse adoptée, nous leur avons posé deux questions ouvertes et suggestives de manière à faciliter l'entretien en profondeur et opérer la technique de réseau d'associations dans l'étude des représentations sociales.

La première thématique est centrée sur leurs représentations sociales : « Pour vous, c'est quoi Internet ? » Autrement dit, que signifie ou que représente Internet pour vous ? » Quant à la deuxième, elle porte sur les usages : « Que faites-vous d'Internet ? » Autrement dit, En quoi utilisez-vous, vous-même, Internet ? »

Le choix de la technique est justifié par le souci de distanciation du chercheur. C'est pourquoi, nous avons évité toute limite l'expression en réduisant notre intervention lors des entretiens. Comme nous n'avons pas proposé des modalités de réponses pour éviter toute opération d'orientation.

L'introduction de l'Internet en Algérie a été initiée avec l'installation de la ligne spécialisée du CERIST¹ à Alger en 1994 en se connectant à l'équipe « dorsale » de Paris. Le début effectif a eu lieu en 1998 avec le lancement de certains journaux de leurs sites Internet. La tendance croissante d'équipement et d'appropriation de l'internet est vérifiée par des chiffres et manifeste par la transformation de l'engouement des usagers en un phénomène social. Certes l'Algérie demeure toujours loin des normes société de l'information, mais elle arrive quand-même à s'arrimer sur le rythme galopant en matière de taux de connectivité et de la diversification des usages ; personnel, éducatif, professionnel et même politique. C'est pourquoi le processus de généralisation de l'accès à Internet doit se poursuivre et se renforcer. En effet, cet accès doit d'abord être élargi pour permettre à tout citoyen de bénéficier de ses services et de ses usages.

Au début, l'accès était exclusivement réservé aux institutions publiques, aux entreprises de production et de prestation de services et aux établissements de formation. Puis, l'affluence des usagers sur le nouveau dispositif a transformé le service de fourniture d'accès à internet en une activité commerciale et ce, à travers l'ouverture de cybercafé et de médiathèque. Donc, l'accès que ce soit collectif ou personnel s'effectuait en dehors du foyer et de la famille.

C'est dans ce contexte que l'opération OUSRATIC² a été officiellement lancée tout en misant sur deux importants objectifs. Le premier est opératoire et consiste à doter la famille algérienne d'un ordinateur. Le second est stratégique et vise la génération de l'accès aux TIC et de l'usage de l'Internet en particulier. D'ailleurs cette perspective optimiste a vu la décision d'un plan multisectoriel désigné « stratégie e-Algérie 2013 » et développé pour définir les objectifs à atteindre et les actions à mettre en œuvre pour le quinquennat 2009-2013. Ce plan s'articule autour de treize axes majeurs dont un vise le développement des mécanismes des mesures incitatives permettant l'accès des ménages aux équipements et aux réseaux des TIC.

Profitant d'un investissement public en matière d'infrastructures, en quelques années seulement, ce dispositif informatique a pris les dimensions d'un univers garantissant l'accès à un équipement en outils informatique, l'accélération des branchements et la baisse des prix de connexion. S'ajoute à ces facteurs favorisant la généralisation de l'accès à Internet le facteur du piratage consenti par l'Etat supprimant et réduisant ainsi d'autres frais de consultation et de téléchargement.

Approches de l'appropriation des innovations

Les travaux réalisés sur les usages sociaux de l'Internet ont présenté un champ d'étude devenu de prédilection dont les études empiriques portant sur de différents domaines sont de grande fertilité en résultats notamment avec la diversité des approches méthodologiques et théoriques adoptées.

Les chiffres fournis portant sur les équipements informatiques et les investissements en infrastructures visant la généralisation de l'Internet ont permis de constater une nette augmentation du nombre des internautes et du taux de connectivité. L'approche de diffusions des innovations explique cette tendance accélérée par la prise de conscience des Pouvoirs Publics de l'importance des Tic dans le développement socioéconomique. Toutefois, cette approche se révèle insuffisante pour pouvoir expliquer les usages. C'est pourquoi l'approche de l'appropriation s'impose.

En effet, contrairement aux approches de l'innovation centrée sur l'invention des nouveautés et l'approche de diffusion centrée sur la d'adoption rapide des innovations, l'approche de l'appropriation examine le processus dynamique de leur mise en œuvre traduite par les pratiques d'usage dans le quotidiens des usagers. Adopter l'approche de l'appropriation conduit à centrer l'intérêt sur la perception de la société de l'innovation diffusée et testée puis à l'analyser de

¹Centre de recherche en information scientifique et technique

²L'opération nationale et intersectorielle OUSRA TIC visant à fournir à chaque famille un ordinateur portable ou un ordinateur de bureau a été lancée en 2005. Le site www.ousratic.dz

manière à examiner la relation d'interaction entre les représentations sociales des usagers de l'internet et leurs usages sociaux.

Selon cette perspective sociologique l'appropriation de l'innovation introduite constituant l'objet à utiliser ne peut se faire en abstraction de son statut symbolique et représentatif construit par le sujet. Sa compréhension nécessite préalablement d'effectuer un retour zoomé sur les étapes constituant le processus d'appropriation en cherchant à comprendre le lien entre ce que représente l'innovation pour l'utilisateur et ce qu'il en fait avec. Autrement dit, contextualiser l'usage en le renvoyant à son usager dans son environnement social quotidien permettant de comprendre les besoins, les natures et les manières d'usages.

Usages de l'Internet et représentations sociales

« L'arrivée d'Internet marque-t-elle une rupture significative dans l'informatisation et dans nos manières de faire usages des TIC ? » (Proulx, 2005, 11) une question si pertinente qui s'impose en portant un regard critique sur la diffusion et l'adoption des innovations techniques en général et l'Internet en particulier.

Cette interrogation légitimée par l'écart révélateur entre les usages prescrits et les usages effectifs différemment pratiqués et reconfigurés. La thématique en question a été aussi approuvée par les résultats des études puisées dans la sociologie des usages et la sociologie de la quotidienneté reconnaissant les utilisations individuelles des usagers actifs et bricoleurs.

La revue des études sur les usages permet une synthèse féconde et diversifiée à partir des premières vagues de diffusion des innovations mises en relief avec le syntagme des NTIC. Le continuel de travaux empiriques envisagés dans de différentes approches théoriques et analytiques a fourni la notion d'usages sociaux (Tremblay, 1992). Cette notion s'est dégagée en considérant à la fois les dispositifs techniques comme des construits sociaux et comme des objets techniques spécifiques.

La principale préoccupation de recherche traitée à questionner ici est d'analyser le processus d'appropriation déterminant l'usage en ses différentes opérations d'intégration réalisées et des perceptions de l'utilisateur construites en observant ses significations d'usages. L'utilisateur est donc envisagé en tant qu'acteur social socialisé dans un contexte, un acteur dynamique véhiculant un discours, un acteur agissant par rapport à ses groupes d'appartenance et de référence.

Comme le souligne Josiane Jouët, « La sociologie des usages ne constitue pas une sous-discipline de la sociologie ... elle désigne plutôt une préoccupation ... pour un type de problèmes qui se situent au croisement de trois disciplines : la sociologie de la technique, la sociologie de la communication et celle des modes de vie » (Jouët, 200, 490)

Les diverses études ont montré le rôle crucial des représentations dans la formation des pratiques, certaines en particulier se sont attachées à montrer le poids de l'imaginaire technique et ont révélé la portée de la charge symbolique de ces nouveaux outils de communication.

L'étude des incidences de l'introduction des technologies dans toutes les sphères d'activité sur l'évolution des modes de vie a alimenté tout un autre ensemble de recherches, en particulier sur la dichotomie des sphères publique et privée. Dans une visée plus large, le rôle des technologies sur la technicisation des pratiques de communication et ses incidences sur le plan cognitif font l'objet de problématiques qui dépassent l'analyse de l'appropriation d'un outil par un usager pour s'interroger sur les conséquences à long terme de cette nouvelle forme de communication, de plus en plus médiatisée par la technique. Enfin, les questions de la médiation technique et du lien social sont abordées dans de nombreux travaux.

A travers leurs réponses structurées en réseaux, plusieurs facteurs sociaux, culturels et contextuels interviennent dans la détermination des usages : la perception des agents de socialisation, la discursivité des discours sociaux circulant, la compétition des positions des acteurs sociaux, la nature des besoins d'utilisation et la familiarité de l'utilisateur avec internet.

Nous ne pouvons pas analyser toutes les fonctions des représentations sociales (cognitive, orientation, interprétation, identité et justification), toutefois, nous nous intéressons surtout aux stratégies de leur objectivation mises œuvre et aux indicateurs de leur ancrage dans les pratiques et perceptions des usagers.

Dans l'ensemble, la tendance générale se dégageant des réponses reconstruites à travers les différentes étapes du réseau d'associations converge sur l'expression explicite d'une signification rattachée à Internet homogène et surtout positive. Les étudiants ont qualifié internet fréquemment d'important et de pratique. Par ailleurs, les mots clés spontanés, essentiellement des adjectifs valorisant, avec lesquels ils l'ont désigné et défini relèvent de plusieurs registres et pratiques : « génial », « intéressant », « passionnant », « révolution », « rapidité », « pragmatique », « réseau », « facilité », « communication », « liberté », « information », « évasion » et « ressource ». Les courtes phrases demandées pour expliquer les termes représentatifs d'internet sont aussi valorisantes et optimistes de sa place dans la société. Il est d'ailleurs présenté comme un facteur prometteur et catalyseur de changement et de démocratie. Toutefois, ils se sont interrogés sur certaines questions sociétales et publiques comme la mondialisation, l'acculturation, l'occidentalisation, la manipulation et de l'info-pollution. En vérifiant leurs propos, nous leur avons demandé de définir internet dans un adjectif qualificatif ou un syntagme permettant une appréciation directe et spontanée. Les étudiants ont répondu par des termes très marqués : « révolutionnaire », « facilitateur », « extraordinaire », « indispensable », « diversification de l'information », « une nouvelle activité », « nouvel équipement », « dispositif de rapprochement » et « gain de temps ». Ils parlent de plusieurs nouveaux éléments permis grâce à internet ayant selon eux toujours modifié leur quotidien de jeune et d'étudiant.

Dans leurs réponses, les étudiants en exprimant leur opinion positive et optimiste d'internet « facilitateur et utile » ont toujours insisté sur l'existence d'un discours social véhiculé le discréditant. Les associations de significations développées et catégorisées convergent sur la prudence affichée par les étudiants. Pour eux, « nous sommes conscients des enjeux présents sur les contenus des sites. Les risques potentiels ne doivent présenter des prétextes pour ne pas utiliser Internet ». Le cadrage des associations dégage sur une tendance ascendante tendant vers l'évolution positive des représentations des étudiants sur l'Internet à la fois comme dispositif technique, contenu et pratique. Pour les répondants cette valorisation a été expliquée par l'aspect pratique de son utilisation et la marge de manœuvre permise par les fonctionnalités, la navigation et l'interactivité de l'internet. Dans leur démarche de justification de leurs avis et attitudes, ils n'ont pas mobilisé des arguments puisés dans la théorie ou les discours circulants. Ils ont fait appel à leurs propres expériences vécues. Ils ont par ailleurs rapportés les témoignages et les expériences d'autrui dans leur entourage immédiat. Les hésitations marquées qu'ils ont exprimées ont été souvent rattrapées par des propos rassurants. « Certes des risques et des dérives existes, mais on est conscient » une façon de réfuter le discours alarmant entretenu par certains acteurs sociaux et médias, « par des gens qui ne voient que le risque », « nos différences, religion, traditions, culture, valeurs, ne doivent pas présenter des obstacles », « le faible contenu arabe, musulman et Algérien ne va pas nous empêcher d'utiliser internet ».

Profils d'utilisateurs et représentations sociales

En zoomant sur les propos des étudiants sur les pratiques et ses activités de recherche et d'utilisations informationnelles sur internet, nous avons dégagé trois profils d'utilisateurs : réguliers,

occasionnels et grands. Les constats effectués sur cette typologie classique de profils d'utilisateur permettent de mettre en exergue certaines caractérisations liées aux usages et les représentations.

Utilisateurs réguliers

L'utilisateur régulier est beaucoup serein dans ses propos et ses avis tranchés et explicites sont mesurés et tempérés. Ses réponses sont appuyées par ses expériences directes qu'il a testées et adoptées lui-même. Cette position découle donc de son expérience et de ses connaissances ; deux composantes favorisant les fonctions cognitives et conatives et ainsi orienter les conduites et les comportements des usagers. L'utilisateur régulier insiste sur les pratiques informationnelles comme la sélection des sites, la localisation de l'information et l'évaluation des contenus. Sa perception de l'internet est positive et expliquée. Dans ses réponses, confiant, il emploie des termes techniques et rapporte ses expériences directes et ses pratiques prouvant sa maîtrise du dispositif et sa culture numérique. « Les représentations de cet usager sont stabilisées et surtout le produit de sa propre construction. Pour eux, « Internet, c'est tout ce que je peux et je veux faire avec ». Cette perception est centrée sur l'action : chercher, communiquer, s'informer, découvrir, apprendre, naviguer, se divertir, télécharger.

Petits utilisateurs

L'utilisateur occasionnel est un petit utilisateur dont l'usage demeurant limité est déterminé par un besoin immédiat et insistant. Les étudiants répondant à ce profil reconnaissent n'avoir recouru à internet qu'après avoir cherché dans les anciens outils. Certes des facteurs de maîtrise de la technique et d'accès à internet déterminent cet usage mais l'examen des réponses justifiant le peu usage permet de repérer des éléments de représentations qui tendent beaucoup vers le négatif. En effet, le discours de méfiance et d'indifférence dominant leur argumentaire. Pour certains : « pour moi, ce n'est pas un outil de travail, c'est un passe-temps », « je ne veux pas dépendre de la machine pour m'informer, surtout avec les alias de la connexion chez nous ! », « d'ailleurs, je ne me sens pas à l'aise et je doute des contenus », « écouter tout ce qui se dit sur internet, on y croit plus ! ». Les avis de cette catégorie sur l'Internet ne sont pas stabilisés. De leurs réponses se dégagent la prudence voire l'incapacité de prendre position tranchée, de l'assumer ou de la justifier. Des craintes véhiculées par des acteurs développant des discours dogmatiques et normatifs.

Petits utilisateurs

Pour le grand utilisateur qui se croise souvent avec le régulier, il est plutôt enthousiaste et passionné. Pour lui internet est une « révolution » et un outil important dans la vie quotidienne. Internet est souvent perçu comme une technologie. Ces éléments de maîtrises ne sont pas développés en tant que compétences à acquérir pour rentabiliser l'usage et le diversifier mais seulement comme une forme de défi et de confirmation de soi. Les grands utilisateurs perçoivent comme dispositif technique en insistant sur sur la facilité de son utilisation, sa maîtrise, les logiciels d'amélioration de la navigation, traitement et de discussion. Lorsque les étudiants s'étalent autour de la définition donnée à Internet, ils font appel à sa définition basique en tant qu'un objet ou dispositif technique : « réseau des réseaux », « réseau ouvert », « étoile d'araignée » et « bases de données ouvertes ». L'étudiant de ce profil d'utilisateur se caractérise, au-delà de l'exaltation de sa passion, par les longues durées d'utilisation. « Je peux rester des heures et des heures sans me fatiguer », « J'ai toujours le temps à faire quelque chose ». Selon les déclarations de ces usagers, la durée consacrée ne signifie pas toujours la diversification des usages, des fonctionnalités et des contenus. L'utilisateur ici se révèle guidé par sa représentation restreinte de l'internet. Celui qui le résume dans son aspect technique en tant que révolution technologique insistera sur ses fonctionnalités séduisantes entretenant la curiosité surtout la navigation via les hyperliens et les téléchargements. Un deuxième groupe envisage internet en tant que facilitateur de communication. Ils le représentent seulement à travers les réseaux sociaux et les espaces de discussion et d'échanges.

Conclusion

À travers cette étude, nous avons essayé de traiter une importante thématique dont la pertinence principale est de considérer que la diffusion et l'appropriation des innovations, ici internet, ne peuvent pas être envisagées en abstraction du contexte socio-technique et des représentations sociales des usagers et celles des acteurs sociaux. Approcher donc les usages d'une innovation tant accusée et adulée comme internet nécessite maîtrise et prise en compte des composantes et des fonctions des représentations sociales.

Les résultats obtenus affirment que l'appropriation et l'usage de l'Internet ne s'opèrent pas dans un vide social et les envisager dans un exercice de greffe par accélération de novation ou par substitution s'avère simpliste. A ce propos, il est à insister sur les caractères construits et particuliers des usages.

Ces résultats ouvrent la piste pour une recherche approfondie sur les innovations et les usages dans les pays du Sud souvent associés à la prégnance du conservatisme religieux et du traditionalisme social considérés opposés au renouveau et aux innovations. Nous considérons que ces résultats sont suffisamment signifiants et prédictifs pour fournir une hypothèse envisageant une nouvelle approche sur les usages qui prendra en considération les caractéristiques contextuelles et socioculturelles des sociétés et des usagers du Sud.

Bibliographie

- AKRICH M., 1993, «Les formes de la médiation technique », *Réseaux*, n°60, Paris, Telecom R&D.
- BRETON P., 2000, *Le culte de l'internet : une menace pour le lien social ?* Paris, La Découverte.
- BRETON Ph. ; PROULX S., 2002, *L'Explosion de la communication à l'aube du XXIème siècle*, Paris, La Découverte, Montréal, Boréal
- CHAMBAT P., 1992, « Technologies à domicile », *Esprit*, n° 186, Paris.
- CHAMBAT P., 1994, « NTIC et représentation des usagers », in VITALIS A., (dir.), *Médias et nouvelles Technologies. Pour une socio-politique des usages*, Rennes, Éditions Apogée, pp.45-59.
- DE CERTEAU M., 1990, *L'invention du quotidien, tome 1 : Arts de faire*, Paris, Gallimard.
- DE ROZA A-S., « le réseau d'associations », in ABRIC J-C., *Méthodes d'études des représentations sociales*, Erez, pp. 81-117.
- EL YAHYAOUY Y., 2006, « Innovation et processus d'appropriation sociale de la technologie », Communication présentée au colloque International « Politiques publiques et innovation sociale dans les pays du Maghreb », Faculté des sciences juridiques, économiques et sociales, Université Mohamed V Rabat, 6-7 Mai 2006.
- FLECHY P., 1995, *L'innovation technique. Récents développements en sciences sociales : vers une nouvelle théorie de l'innovation* », Paris, La Découverte.
- JOUËT J., 2000, « Retour critique sur la sociologie des usages », *Réseaux*, n°100, France Télécom-Hermès Sciences Publications.
- KENNEDY A-J., 1996, *Internet et le web faciles (5è éd.)*, Paris, Mille et Une Nuits.
- LACROIX, J-G. ; MOEGLIN P. ; TREMBLAY G., 1992, « Usages de la notion d'usages, Ntic et discours promotionnels au Québec et en France », in *Les nouveaux espaces de l'information et de la communication*, Actes du 8^{ème} congrès National des SIC, Lille, mai 1992, pp. 241- 248.
- MALLEIN P. ; TOUSSAINT Y., 1994, « L'intégration sociale des TIC: une sociologie des usages », *Technologie de l'information et société*, 6 (4), pp. 315-335.

- MASSIT-FOLEA F., 2002, «Usages des Technologies de l'Information et de la Communication : acquis et perspectives de la recherche », *Le Français dans le Monde*, numéro spécial.
- MIEGE B., 1998, «Les nouvelles technologies entraînent-elles des changements sociaux ?» in *Multimédias et Réseaux*, Actes des 9^{ème} entretiens de la Villette, CNDP.
- MILLERAND F., 1998, « Usages des NTIC : les approches de la diffusion, de l'innovation et de l'appropriation », Montréal, Université du Québec.
- PROULX S., 2005, « Penser les usages des TIC aujourd'hui : enjeux- modèles- tendances », in *Enjeux et usages des TIC : aspects sociaux et culturels*, Université Bordeaux3-Gresic, tome 1, pp 7-20.
- VEDEL T., 1994, « Introduction à une socio-politique des usages », in VITALIS A., (dir.), *Médias et nouvelles technologies: Pour une socio-politique des usages*, Rennes: Éditions Apogée, pp. 13-34.
- VIEIRA L. ; PINEDE N., (dirs), 2005, *Enjeux et usages des T.I.C. : aspects culturels et sociaux*, Université Bordeaux3-Gresic.

La notion de dispositif appliquée aux Tic et aux médias numériques

Françoise Paquienséguy <francoise.paquienseguy@univ-paris8.fr>

Université Paris8 – MSH Paris Nord

Notre réflexion n'est pas soutenue par un travail de terrain car nous proposons ici de nous détacher des analyses des usages et des concepts d'usages tels qu'ils ont été définis dans les années 1980, porteuses de nouvelles technologies et de nouveaux médias en référence à un contexte économique et politique particulier, qui justifiait une telle approche. A la suite de travaux actuels, nous envisageons plutôt de changer de point de vue en élargissant la question des usages des Tic numériques à celle des pratiques communicationnelles (Von Pape, 2006), ou encore de la sociologie des activités en ligne (Beuscart, 2009), afin de donner une autre place à la technologie (Guchet, 2005, p.227-229) supportant la communication interpersonnelle. L'offre actuelle voit se croiser des tendances et logiques sociétales certaines (mobilité, individualisation, production amateur, piratage...) qui pèsent sur les usages des Tic numériques (TICN), mais qui favorisent surtout l'émergence de pratiques communicationnelles. Ce niveau d'analyse nous semble aujourd'hui pertinent car les pratiques ne s'analysent pas en fonction d'un support technologique, mais des actions communicationnelles des individus. Le changement de paradigme (usage/Tic ; pratiques/communication) est soutenu par la notion de dispositif. Les dispositifs communicationnels des usagers intègrent l'ensemble des TICN utilisées par les usagers d'une part et la façon de faire dispositif est une caractéristique des pratiques communicationnelles hypermodernes d'autre part.

Introduction

Les usages ne découlent ni directement ni uniquement d'une proposition technique, et nous le savons. Cependant, nous ne pouvons nier ni la présence du numérique (Millerand, 2010), ni les nombreuses transformations qu'il accompagne. Selon Berry (2008) d'ailleurs, « *le monde devient numérique* », faisant passer les pratiques culturelles et communicationnelles de l'ère de l'analogique à celle du numérique (Jouët, 1987), et ce qui nous préoccupe ici est dans un premier temps de considérer qu'effectivement certains indicateurs ont changé entre les deux époques - analogique et numérique- aussi bien du point de vue des pratiques communicationnelles, que de celui des utilisateurs, ou encore de celui des industries culturelles concernées. Ceci afin de pouvoir dans un deuxième temps, étudier la notion de dispositif, évacuant ainsi la perspective technocentrée sur le numérique selon laquelle cette lignée technique serait le moteur et la source de ces changements.

Plusieurs caractéristiques des Tic numériques (TICN) sont clairement mises en avant aujourd'hui et nous les avons déjà traitées (Paquienséguy, 2005), cependant quatre d'entre elles réclament une attention renouvelée car elles sont au confluent des pratiques et des usages bien sûr, mais également des constituants du dispositif, et des valeurs de l'hypermodernité comme nous le montrerons. C'est pourquoi nous commençons par les rappeler.

Premièrement, l'offre industrielle et l'offre de services vérifient la polyvalence des TICN. Bien sûr cette polyvalence n'est pas totale, certains outils se consacrant plus particulièrement à l'écoute de la musique (*Ipod*), aux jeux (*Ipod, Ipad*), à la lecture (*Kindle*), ou à l'accès au réseau (*NetBook*) par exemple. Cependant, en dépit de cette apparente logique de gamme des constructeurs, qui reste avant tout un argument commercial concurrentiel, l'ensemble des terminaux offre certaines fonctionnalités de base qui valident la permanence de la connexion (Internet), de diverses modalités de communication (mail, twitter, facebook, skype par exemple), et la certitude de pouvoir accéder aux contenus numériques (téléchargement, streaming...). Le continuum connexionnel qui en découle garantit la permanence de la connexion en dépit du changement de terminal d'accès ; les consoles de jeux, de salon ou portables, peuvent aujourd'hui se connecter. L'action de connexion prime alors sur la technologie qui la permet.

Deuxièmement, la polyvalence des technologies disponibles accroît leur mise en concurrence. Cette caractéristique porte en elle la démultiplication des usagers et des consommateurs à qui

l'offre commerciale, fort riche, propose des outils et des terminaux très variés pour accomplir les mêmes actions de communication d'une part et accéder aux mêmes fonctionnalités d'autre part, nous venons de le voir. Autrement dit, le fait que plusieurs terminaux, de marque et de technologies différentes soient disponibles sur le marché facilite les phases d'appropriation des utilisateurs en variant les modalités de cette appropriation, chacun s'orientant vers le terminal de son choix. Si la concurrence segmente les acheteurs en termes économiques, d'un point de vue social elle renforce l'accès à la connexion et à la communication.

Troisièmement, les Tic numériques vérifient une porosité qui favorise la circulation des contenus indépendamment des formats et donc des terminaux. Les maîtres mots seraient ici la compatibilité et l'open source qui permettent aux contenus numériques de circuler et de fonctionner sur de nombreuses TICN. Si les terminaux se sont adaptés, via des outils logiciels performants, les contenus ont également évolué jusqu'à être disponibles sous plusieurs formats afin d'être indépendants de leurs conditions de consommation. Devenus numériques, les contenus sont autonomes et transitent d'un terminal à l'autre. La porosité correspond à cette faculté de passer d'un support technologique à un autre sans altération majeure, elle favorise la diffusion, mais aussi le partage ; elle témoigne avant tout de la suprématie des contenus sur les terminaux, d'autant plus que la connexion en permet le renouvellement permanent.

Quatrièmement, la portabilité physique des terminaux numériques en accroît la proximité et l'importance puisque la dépendance à une localisation géographique spécifique n'est plus prégnante : la connexion est mobile, personnelle, permanente, et s'inscrit dans un véritable continuum connexionnel (Paquienséguy, 2005). De plus, ces TICN coexistent dans un même espace-temps (smartphone, ordinateur, tablettes), même en mobilité, et elles renforcent alors les capacités de communication de leur porteur. Ainsi muni, l'utilisateur dispose en permanence de toutes ses capacités communicationnelles.

A partir de ces quatre caractéristiques fondamentales, le trait marquant des TICN (technologies, réseaux, contenus et services inclus) nous paraît être leur vocation, inscrite dans leur conception même, à faire dispositif. Concept qui permet de restituer toute leur épaisseur aux usages grâce à une double entrée alliant un dispositif social, lieu d'échange, et un dispositif technique le permettant ; ainsi donc, le dispositif technique, toujours plus facile à lire, formalise, cristallise le dispositif social autant que le dispositif social a intégré dans ses pratiques de fonctionnement la souplesse et l'interconnexion de la technique sur la base des caractéristiques que nous venons de rappeler.

La notion de dispositif

La nature même des TICN, objets socio-techniques dont l'état est avant tout abstrait (Simondon, 1958), les porte à faire dispositif, bien au-delà des agencements technologiques mis en avant par les industriels qui en promeuvent l'interconnexion et la synchronisation. Nous en reprenons la définition de Linard : « *Un dispositif implique donc une mise en système délibérée des éléments et des conditions d'une action, une construction cognitive fonctionnelle, pratique et incarnée.* » (Linard, 1999, p.76). En effet, le web participatif, les médias et les technologies numériques qui l'accompagnent, et le transportent, supportent d'abord l'échange, le travail collaboratif, la création de connaissances, -formes diverses de la médiation sociale- qui sont autant de pratiques communicationnelles. Elles couvrent ici « l'action » de Linard. Ils portent ensuite l'ensemble des stratégies d'acteurs en présence, indispensables à l'accomplissement de l'action de communication. Industriels, équipementiers, opérateurs, fournisseurs de services, internautes et community managers, acteurs aux motivations contrastées et parfois en compétition se retrouvent ainsi agrégés dans ces actions dont ils sont à la fois des éléments et des conditions (Linard, 1999, p. 78).

Cette agrégation opère à différents niveaux, des terminaux aux services, et dès lors le dispositif le plus visible, et le plus instable aussi, relève de la technique. Car c'est bien là une caractéristique des Tic numériques : fonctionner sur une logique de libre assemblage qui libère les contenus des

supports et des fournisseurs. Remarquons au passage que cette caractéristique n'opère pas qu'au niveau des appareils et des équipements, mais tout autant à celui des actions de communications qui s'assemblent (comptes Twitter, Facebook, mail...), se concatènent les unes aux autres (les amis de mes amis sont mes amis, le mur, les forwards, les liens, les colliers de perle...). En effet, si « *au centre du réseau correspondant au concept de dispositif se trouvent sans doute des acceptions impliquant fortement la technique (...). A un niveau supérieur d'abstraction, cette forte implication de la technique s'estompe et « dispositif » devient presque synonyme d'agencement d'éléments quelconques.* » (Meunier, 1999, p. 83-84). Ainsi, au dispositif technique s'allie un dispositif social assis sur les principes de la contribution, du partage et du collaboratif, de la diffusion ou encore de l'association qui se concrétisent par exemple dans les blogs, les wikis, les plateformes collaboratives, les réseaux sociaux, outils et lieux virtuels qui associent dans la même action des relations interpersonnelles, et/ou privées, et/ou partagées, voire affichées.

La nature technique du dispositif fonctionne en fait au bénéfice d'une « *construction cognitive fonctionnelle, pratique et incarnée* » (Linard, 2002, p.148) d'une intentionnalité et d'une finalité fondée par le social. « *Un dispositif se constitue d'un ensemble de moyens mis au service d'une stratégie, d'une action finalisée, planifiée, visant à l'obtention d'un résultat* » (Peraya, 1999, p. 153). Les Tic et les médias numériques, perçus comme des dispositifs socio-techniques à la fois personnels et partagés, présentent une complexification, ou une richesse, supplémentaire à celle des pratiques communicationnelles et informationnelles. Le dispositif technique reste asservi à l'action de communication, et ce seul niveau ne permet pas d'étudier les usages autrement que de façon quantitative et évaluatrice puisqu'il sépare ou associe les technologies en présence sans montrer qu'un dispositif communicationnel ou médiatique est avant tout « *un lieu social d'interaction et de coopération possédant ses intentions, son fonctionnement matériel et symbolique, enfin, ses modes d'interaction propres* » (Peraya, 1999, p. 153). C'est pourquoi nous devons dépasser ce niveau technique, en suivant Jeanneret lorsqu'il affirme que « *tout dispositif médiatique est la construction complexe d'un objet de nature symbolique et sociale* » (2005) pour nous intéresser à la médiation qu'ils opèrent et supportent.

Les dispositifs numériques, incarnés en outre par les plateformes et sites 2.0, sont donc le lieu d'une médiation opérée par la communication car au-delà de leur dénomination de réseaux sociaux, ils représentent de véritables dispositifs sociaux plus riches qu'il n'y paraît. Si en apparence ils permettent à l'utilisateur de s'affranchir des contraintes d'accès et proposent une apparente pluralité et liberté de choix, ils portent en fait des situations communicationnelles telles qu'elles ont été promues par les concepteurs et les producteurs de contenus ; mais aussi telles qu'elles ont été imaginées et mises en œuvre par les utilisateurs. Comme le dit Pierre Mœglin « *selon les usages, ces dispositifs matériels cristallisent et objectivent certaines déterminations techniques et des dimensions symboliques* » (Mœglin, 2005, p.24).

Ainsi, l'observation des pratiques communicationnelles révèle que les différents dispositifs à l'œuvre « *ne sont pas isolables, [qu'ils] s'enchâssent toujours les uns dans les autres, constituant un vaste réseau à l'intérieur duquel on est toujours situé* » (Meunier, 1999, p.88). La configuration du dispositif de communication constitue donc pour nous un niveau d'analyse pertinent car il s'appuie à la fois sur la pérennité du dispositif, qui se renouvelle progressivement mais perdure en tant que tel, et sur une polyvalence des terminaux qui favorise la formation des usages. Ainsi, pour les Tic et médias numériques, nous rencontrons principalement trois dispositifs différents qui s'imbriquent les uns aux autres, tous portés par l'utilisateur dont il ne s'agit pas ici d'analyser la consommation et ses modalités, ou l'utilisation des terminaux et leurs fonctionnalités, ni d'ailleurs les modèles d'exploitation et de commercialisation.

Les principaux dispositifs achevés (Paquienséguy, 2006, p.7-8) sont donc **le dispositif social**, marqueur de la sociabilité, qui reste finalement le plus visible car il porte le substrat social des échanges interpersonnels. Sa nature est instable car elle est sociale, mais sa présence est pérenne et il reste totalement lié à l'individu. Puis, **le dispositif technique**, au centre des discours institutionnels et promotionnels, sera activé en tenant compte des possibilités d'exploitation par les acteurs sociaux. Sa nature est également instable, cela vient du renouvellement incessant de l'offre

qui rend visible le dispositif relationnel de l'individu. Enfin, **le dispositif d'usages**, il porte la finalité de l'action de communication dans toute son ampleur. Chaque usager construit son dispositif d'usages en fonction de ses pratiques communicationnelles, en tenant compte de sa marge de manœuvre technico-économique. Autrement dit, lorsque le dispositif d'usages se forme, il active le dispositif technique dont il permet l'exploitation ; ces deux niveaux étant au service du dispositif social. L'ensemble constitue le dispositif communicationnel apte à prendre en compte l'ensemble des pratiques de communication, les TICN utilisées et les usages qui leur sont liés. Les usages des TICN et des médias sociaux numériques s'analysent alors comme « *la manifestation des modalités de maintien des liens interpersonnels* » (Licoppe, 2002) à l'intérieur d'un dispositif porteur des dimensions technique, communicationnelle, et symbolique construit par les usagers en fonction de leurs conditions de participation.

Quelques traces d'hypermodernité

Le web 2.0 et les TICN qui gravitent autour de ses services fonctionnent donc en dispositif, multiforme et omniprésent, que certains nomment la blogosphère, le cyberspace, d'autres la communication ou les pratiques communicationnelles, et certains encore la sociabilité en ligne ou les pratiques numériques. Les termes et les analyses, variés, mettent pourtant tous en avant de nouvelles logiques sans doute plus sociales qu'économiques.

Croisées avec le concept de dispositif, les théories de l'hypermodernité permettent de saisir ces manifestations de la réalité et de prendre en compte l'omniprésence des TICN dans la vie quotidienne. Elles opèrent ici pour interpréter un contexte à la fois marqué par les technologies numériques et porteur d'une nouvelle sociabilité, constituants qui instituent les fondements d'une mutation de la communication, que Proulx, Millerand et Rueff envisagent comme un focus sur l'utilisateur, producteur, informateur, diffuseur, évaluateur d'informations qu'il consomme par ailleurs, dans une confusion générale des genres médiatiques et des sources. Cette mutation est centrée sur les transformations de l'utilisateur, dirions-nous en résumé. C'est pourquoi nous avançons ici que certaines caractéristiques de l'hypermodernité viennent particulièrement renforcer la position centrale de l'individu, usager des TICN, et l'inscrire dans un dispositif communicationnel encourageant leur usage et emploi. Tic et médias numériques se trouvent alors totalement instrumentalisés par ces tendances hypermodernes, ce qui affaiblit considérablement le volontarisme de leurs promoteurs, et renforce ces logiques sociales à l'œuvre. Ces caractéristiques, toutes fondamentales, sont reprises et annoncées par la plupart des auteurs spécialistes de l'hypermodernité, Ascher, Aubert, Urry, Lipovetsky ou Viard pour ne citer qu'eux.

Premièrement, l'individu hypermoderne doit développer un très fort ego pour se distinguer de ses congénères. La compétition et la surenchère sont alors de mise dans une société en évolution et dans laquelle les règles darwiniennes conduisent le jeu social. « *Seules les personnalités les plus solides et les plus construites sont capables de tirer parti positivement de cet environnement, certes menaçant, mais fécond en nouvelles opportunités. Être de plus en plus responsable de son propre destin implique d'être psychologiquement fort pour l'assumer* » (Aubert, 2004, p. 75). Être multiples présent via avatar, compte, blogs, billets permet à l'individu de renforcer sa présence identitaire et de s'affirmer comme numériquement actif et présent. Il ajoute ainsi une facette de plus à sa présence sociale ; celle-ci est d'ailleurs quantitativement évaluée, par le nombre de téléchargements, de connexions, d'amis..., la notoriété numérique renforçant encore le processus. Un Moi très fort se lirait donc principalement dans le dispositif social de l'individu et dans l'activation (sans doute quasi-permanente) de son dispositif communicationnel.

Deuxièmement, l'individu hypermoderne vit un nouveau rapport au temps devenu par ses dilatations et contractions une préoccupation de tous les instants, porteuse d'urgence, d'immédiateté et d'ubiquité : il faut être omniprésent. Les TICN nomades qui accompagnent l'individu hypermoderne lui permettent d'être présent, donc actif, malgré la distance, malgré l'absence, malgré l'action déjà en cours. L'activation du dispositif communicationnel pendant les

temps de transports (incompressibles) en est un exemple déjà inscrit dans les comportements sociaux. Le travail multitâche qui cumule l'usage de la messagerie et du téléphone mobile en est un autre. Ainsi les TICN œuvrent-elles à la gestion du temps et à son amélioration sur la base d'ajustements permanents afin de rendre le dispositif communicationnel toujours mieux adapté à la situation et donc toujours plus performant.

Troisièmement, l'individu hypermoderne se caractérise par une consommation effrénée censée lui faire découvrir des sensations qui priment sur la possession comme sur la signification. L'idée fondamentale étant toujours de parvenir à un Moi très fort, ces sensations doivent être partagées pour prendre toute leur valeur. Pour Aubert, l'hypermodernité porte un véritable impératif de jouissance et de satisfaction immédiates fondées sur la loi du désir insatiable, la loi du toujours plus (Aubert, 2004, p. 83) Le terme d'hyperconsommation a été proposé par Lipovetsky pour marquer l'avènement de ce nouvel esprit de la consommation qui s'est étendu à l'ensemble des rapports sociaux. L'hyperconsommation matérialise la recherche du bien-être, du contrôle, d'une expérience, ou d'un usage et il insiste sur le fait « *qu'elle ne remplace rien, ne console de rien, elle vaut seulement pour elle-même en tant qu'agent d'expériences émotionnelles* » (Lipovetsky, 2003, p.85). Elle permet de cumuler avoir et avoir fait dans une démarche identitaire revendiquée via le dispositif communicationnel. Composante active de ce mouvement, le web collaboratif propose aux consommateurs de faire part de leurs expériences, de leur expérience de consommation. La consommation devient ainsi un préalable, ou un pré-requis, à la participation, l'expérience se donne en partage de façon exacerbée *via* les blogs ou Twitter, en passant par Facebook, autant de structures qui cherchent justement à agréger les récits, les documents et les échanges suscités par les expériences de chacun, de la plus banale à la plus impensable. Le partage lui-même engendre une expérience, un autre type d'expérience qui repose sur le dispositif communicationnel de l'individu, lequel d'ailleurs pourra être augmenté afin de pouvoir répondre à cette injonction au partage, à la mise en ligne, à la publication *via* des outils de communication et des outils numériques dont on aperçoit ici la partie sociale et le poids sociétal. L'usage des Tic numériques et du web collaboratif contribue ainsi à la fois à la valorisation de ces expériences individuelles, dans des registres très variés, et à celle du dispositif communicationnel dont l'emprise s'étend, renforçant alors le Moi et confortant la position de l'individu dans la société hypermoderne.

Ainsi, les caractéristiques des TICN, les niveaux de dispositif et les éléments structurants de l'hypermodernité fonctionnent-ils en interaction, se renforçant les uns les autres sur la base d'un continuum connexionnel dans lequel l'individu hypermoderne doit s'inscrire pour vivre. Ces processus confirment les « *logiques sociales, logiques [qui] sont à l'origine de la véritable ascension de la communication* » (Miège, 1997). Et nous pourrions citer par exemple l'individualisation des pratiques qui repose sur deux phénomènes contradictoires : la standardisation (dispositif technique) et l'individualisme (dispositif social) ; ou encore la porosité des différents univers sociaux facilitée à la fois par la portabilité et la mobilité et par la permanence de l'accès au réseau (continuum connexionnel).

Ainsi les différentes facettes de l'individu communiquant sont-elles sollicitées simultanément dans des espaces-temps parallèles le conduisant à utiliser les Tic numériques sans discontinuité entre les différents univers convoqués. Dès lors, il assume simultanément ses différentes identités (conjoint, salarié, citoyen, client...) à travers ses pratiques communicationnelles. Car, vécue au quotidien, cette interpénétration des sphères professionnelle, familiale, amicale, associative...et autres, s'appuie sur une transversalité du dispositif de communication, saisi pour tout acte de communication qui passe aujourd'hui par une dimension collective, communautaire, que matérialisent les Tic et médias numériques.

Bibliographie

ASCHER F. 2005, *La Société hypermoderne*. Paris, L'Aube

- AUBERT, N., 2004, *L'individu hypermoderne*, Paris, Eres
- BERRY, G., 2008, *Pourquoi et comment le monde devient numérique*, Coll. Les leçons inaugurales du Collège de France, Collège de France, Fayard, 79 p.
- BEUSCART J., DAGIRAL E. et PARASIE S., « Sociologie des activités en ligne (introduction) », *Terrains & Travaux*, n° 15, p. 3-28, 2009
- JEANNERET, Y., 2005. Métamorphoses des médias et pratiques de communication, conférence inaugurale au colloque, *Enjeux et usages des TIC : aspects sociaux et culturels*, Université M. de Montaigne-Bordeaux3, Gresic
- JOUËT J., 1987, Épilogue, *Réseaux Hors-Série 5 n°1*, p. 153-159
- LINARD M., 2002, Conception de dispositifs et changement de paradigme en formation. *Education Permanente*, n°152, p. 143-155
- LIPOVETSKY G., 2006, *Le Bonheur paradoxal, Essai sur la société d'hyperconsommation*, Gallimard, 378 p.
- MEUNIER J-P., 1999, Dispositif et théories de la communication : deux concepts en rapports de codétermination, in *Le dispositif Hermès n°25*, p. 83-90
- MIEGE B., 1997, *La société conquise par la communication*, tome 2 « La communication entre l'industrie et l'espace public », Grenoble, PUG
- MILLERAND Fl., PROULX Serge, RUEFF Julien, *Web social – Mutation de la communication*, Montréal, Presses de l'Université du Québec
- PAQUIENSEGUY F., 2007, Comment réfléchir à la formation des usages liés aux technologies de l'information et de la communication numériques ? , *Les Enjeux de l'information et de la communication 1/2007 (Volume 2007)*, p. 63-75.
- PAQUIENSEGUY F., 2006. L'étude des usages en SIC aujourd'hui. In *Actes du Congrès de la SFSIC*, Université Bordeaux2 Victor Ségalen, mai 2006, 10 p. http://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic_00104303
- PAQUIENSEGUY F., 2005. La formation des usages à l'ère des TIC numériques. In actes du colloque international *Enjeux et usages des TIC : aspects sociaux et culturels*, Université Michel Montaigne-Bordeaux3, Gresic, tome 2, p. 129 -138
- PERAYA D., 1999, Médiation et médiatisation, *Le dispositif Hermès n°25*, p.153-167
- SIMONDON G., 1969. *Du mode d'existence des objets techniques*, Paris, Aubier-Montaigne, 158 p.
- URRY J., 2005, *Sociologie des mobilités*, Armand Colin, 252 p.
- VIARD J., 2011, *Éloge de la mobilité, Essai sur le capital temps libre et la valeur du travail*, Éditions de l'Aube, collection Poche Essai, 281 p.

Pratiques médiatiques de la population marocaine vivant en France : Quelle identité pour quels usages des médias ?

Souâd Touhami <touhami_s@hotmail.com>

Ecole Nationale Supérieure d'Arts & Métiers (ENSAM). Université Moulay Ismaïl (UMI), Meknès, Maroc

Avec l'essor des moyens d'information et de communication et l'émergence de la mondialisation, on se trouve confronté à la diversité et à la prolifération des outils de diffusion ou de moyens de communication de masse (médias en ligne, blogs, forums, réseaux sociaux, wikis, etc.). Que l'on soit consommateur ou producteur, on est face à un nouveau défi : la montée des affirmations identitaires (F Champion, M Cohen, 1999) et l'apparition de nouvelles pratiques voire de nouveaux usages. En effet, l'appropriation de ces « formats industriels » par les minorités ethniques est devenue *schizophrénique*. Ceci pose la problématique de l'impact de ces techniques sur les démocraties interculturelles et surtout sur leur mode de réception. L'usage que fait chaque individu de ces TIC porte en lui une part de mystère. En se basant sur les résultats d'une enquête qualitative (Touhami 2007) et sur d'autres études, nous verrons que la communauté marocaine vivant en France construit une identité numérique dans un contexte global où plusieurs dynamiques culturelle, sociale, politique, économique, etc. se croisent. En fait, la diversité de ses besoins et attentes la pousse à chercher un mode d'information et de communication « sur mesure ». Ses pratiques cybermédiatiques qualifiées d'éclectiques prônent les autres usages traditionnels des médias. La possibilité d'avoir une cyberpratique supposée « culturelle », « individuelle », « collective », « affinitaire », « communautaire », etc. dépend des facteurs socioculturel, économique et politique (Miège, 2000). Ces derniers jouent un rôle indéniable dans la reconfiguration de l'espace médiatique et constituent désormais un moyen voire un enjeu dans la formation des identités, la construction du lien social, l'affirmation des opinions, la diffusion des informations, la formation des représentations sociales, etc.

Introduction

Les identités semblent aujourd'hui se construire dans une sorte de « self-service ». On parlait de « crise des identités », de « recomposition des identités », d'« identités plurielles ». Aujourd'hui, l'irruption d'une « identité numérique » via Internet marque ce nouvel ère et fait apparaître au même temps et avec force d'autres paradoxes de la construction identitaire (Jean-François Bayard, 1996).

Sans aucun doute, les médias occupent une place importante et primordiale dans la sphère publique et privée des usagers au vu des valeurs et des idées dominantes qu'ils véhiculent. Ils sont des modes d'information et de communication qui permettent à la fois de communiquer, de s'informer, de se divertir, de se cultiver, etc. En effet, avec le développement de ces formats industriels et la mondialisation des marchés économiques, nous sommes de plus en plus confrontés à des usages différents. A partir de là, et en tenant compte des formes d'énonciation propres à chaque type de médias, nous essayerons de comprendre le type d'usage que font les communautés ethniques des médias en général et de l'Internet en particulier. Autrement dit, la question qui nous interpelle est de comprendre comment se caractérise le cyberspace médiatique de la communauté marocaine vivant en France et comment cette dernière l'appréhende-t-elle ? Comment Internet peut configurer son espace public ? Peut-il devenir le lieu d'une forme nouvelle de la démocratie ou bien serait-il une menace pour les autres types de médias ?

Notre préoccupation à travers cet article est de réfléchir sur le rôle des nouveaux médias dans la formation d'une identité numérique. Comment ces nouveaux médias se sont invités dans les pratiques médiatiques des communautés ethniques et avec quels effets ? Nous voulons nous intéresser aux pratiques médiatiques de la communauté marocaine pour pouvoir appréhender son identité numérique qui dépend, entre autres, de plusieurs mécanismes qu'elle met en place.

Pour répondre à notre problématique, nous nous baserons sur les résultats d'une enquête qualitative¹ (Touhami, 2007). Ainsi, nous avançons l'hypothèse qui consiste à supposer

¹ Il s'agit d'une étude qui se base sur un questionnaire et des entretiens semi directifs. Nous avons privilégié dans la construction de l'échantillon (50 personnes) la diversité et non pas la représentativité. Trois principaux critères ont été pris en considération : l'origine des interviewés (Marocains issus des trois générations), leur diversité sociale et culturelle (méthode des quotas sexe, âge, catégorie socioprofessionnelle,) et le lieu de leur résidence en France. Notre méthodologie consiste non seulement à écouter ce que ces acteurs sociaux disent de leurs conditions de vie, de leurs usages des médias, mais aussi d'être sensible à leurs besoins, à leurs attentes, à leurs revendications et surtout à la manière dont ils pratiquent ces produits culturels.

qu'Internet prône les autres modes traditionnels de diffusion d'information. Il occupe une place importante et primordiale dans la vie de l'utilisateur au vu des valeurs et des idées dominantes qu'il véhicule. Cet outil peut être positivement corrélé à un renforcement de l'identification ethnique, comme son usage peut avoir des conséquences négatives sur la construction d'autres identités nationales, culturelles, linguistiques, etc.

Pour examiner le rôle joué par Internet dans la construction de l'identité numérique, sa reconfiguration mais surtout dans sa transmission, nous allons donc commencer notre réflexion par l'analyse de l'Internet en tant que média ou contre-média. Ensuite, nous essayerons de le situer par rapport aux autres médias du point de vue usage et réception. Puis nous nous focaliserons sur l'étude des pratiques médiatiques de la communauté marocaine vivant en France et particulièrement ses cyberpratiques médiatiques. Nous terminerons par l'étude de l'appropriation de ce nouveau média, ses enjeux et les différentes variables qui rentrent dans la construction de l'identité numérique.

Internet, média ou contre média ?

L'intérêt spécifique de la démarche en sciences de l'information et de la communication, utilisée ici, repose sur l'idée des croisements des disciplines, des interrogations et des outils méthodologiques. En effet, le choix d'une méthode interdisciplinaire à laquelle converge une multitude de disciplines permet d'enrichir notre propre démarche méthodologique.

Différentes recherches (Rieffel, 2001, Ruellan, 2002) menées sur Internet se sont intéressées à l'analyse de ce cyberspace. Les unes insistent sur l'organisation en réseau qui caractérise ce mode, d'autres sur l'interactivité. Elles n'ont pas les mêmes perspectives quant à l'impact de ce cyberspace sur la reconfiguration de l'espace public. Certaines insistent sur la fragmentation des usages et la fin des références communes, d'autres mettant en avant les nouveaux rapports entre internautes (auteurs et lecteurs). Cette dimension microsociologique permet en effet de mettre en relation de cause à effet les comportements¹ des acteurs et leur choix du média. D'autres hypothèses encore peu étudiées méritent aussi d'être questionnées dans cet article. Faut-il définir Internet principalement comme un média ou un contre-média² ? Comment Internet peut produire ces dichotomies : inclusion/exclusion, espace médiatique d'affirmation/espace médiatique de contestation ? Est-ce encore un espace médiatique moins uniformisé et plus fragmenté que les autres médias de masse ? S'agit-il aussi d'un espace médiatique individualisé (sans médiateurs professionnels) qui se caractérise par une appropriation individuelle des contenus ? En ce sens, qu'en est-il de son usage par les communautés ethniques ?

Qu'entendons nous d'abord par « cyberspace médiatique » ? Selon Jürgen Habermas (1962), chaque espace public médiatique se caractérise par une façon différente d'assurer une large « publicisation » (au sens de diffusion) des informations et des sujets de débats. Le cyberspace médiatique se définit aussi comme « *l'ensemble des sites qui diffusent ou commentent des faits d'actualité: sites de presse, portails spécialisés, blogs citoyens, blogs personnels commentant l'actualité, etc.* » ou doit-on encore le définir comme un espace médiatique interactif, au sens d'interactivité de contenu³ (Proulx et Sénécal, 1995).

Plusieurs caractéristiques sont avancées pour définir globalement Internet comme espace médiatique. Certains mettent en avant l'effet réseau au sens d'un espace global, universel. D'autres pensent privilégier son caractère virtuel (absence de contrainte géographique et hypertextuelle, etc.). Autrement dit, Internet peut être considéré comme support d'informations médiatiques ou bien il peut être aussi comme une arène médiatique qui s'ouvre à de nouveaux acteurs, attentes, motivations, besoins, etc. En ce sens, quelle place peut-il occuper parmi les autres médias traditionnels ?

¹ Selon Dayan (1992), la compréhension du comportement du public repose non pas sur le « texte produit », ni le « texte diffusé » mais réellement sur « le texte reçu ».

² Selon Pierre Rosanvallon (2006, pp.12-30), un contre-média ne serait pas le contraire des médias « dominants » (les plus visibles à savoir les médias de masse traditionnels). Ce serait une forme de publicisation des opinions qui contrarie la forme dominante de manière indirecte.

³ Selon Sénécal (2006, p.136), l'interactivité de contenu, « c'est l'influence réciproque exercée entre deux individus, entre un individu et un groupe ou entre les individus d'un même groupe (...) C'est la réciprocité de l'influence des comportements entre deux ou plusieurs individus ou groupes ».

Internet : « nouveau » média face aux « anciens » médias

En général, les médias occupent une place importante dans la sphère publique et privée des usagers. Ils constituent non seulement un vecteur de transmission d'information mais sont devenus aussi des *producteurs essentiels de la représentation*. Ils nous disent non seulement ce qu'il en est du monde, mais aussi ce que nous sommes. Chaque « média » aurait mécaniquement un impact global et différent sur la société. Si l'on compare les « anciennes » industries médiatiques (presse écrite, télévision, radio) à celles qui sous-tendent les « nouveaux médias » (Internet, mobile, web 2.0, Web 4.0, télécommunication, i phone), on remarque une différence capitale : les premières séparent le producteur du message (journaliste) et son récepteur (public), tandis que les secondes les placent du même côté de l'appareil industriel où s'enchevêtrent différents codes technique, linguistique, social, culturel, etc. Sur la toile, rien ne distingue un professionnel d'information (journaliste) écrivant un article d'un internaute ou d'un blogueur postant un commentaire puisqu'ils sont tous devant leur clavier-écran. Ces nouveaux rapports de production et d'appropriation produisent déjà des effets significatifs mais ambigus : le métier du professionnel dont le monopole de l'information est bien visiblement affirmé via les médias traditionnels, apparaît moins confirmé face à la diversité des informations diffusées sur Internet. En effet, bien qu'on assiste à une capture des anciens médias par Internet, cela ne remettrait pas en cause leur contenu mais au contraire les aide à s'émanciper. En conséquence, on peut aujourd'hui se demander quelle dominante va tirer ce nouveau média : Internet. Selon plusieurs sondages¹, l'attrait de ce nouveau média s'explique par diverses raisons : qu'il soit auteur, lecteur, producteur ou consommateur, celui-ci acquiert une *fatale liberté* : choisir les programmes qui l'intéressent, prendre la parole, jouir du droit de faire ce qu'il veut où et quand il veut. La mise en place de ce nouveau dispositif médiatique, de nouveaux contenus, de nouvelles pratiques, de nouveaux comportements permet d'appréhender Internet non pas comme un outil technique mais plutôt la convergence de trois phénomènes d'ordre technique, économique et idéologique. Selon une enquête qualitative (Touhami, 2007) auprès de la communauté marocaine vivant en France, il s'avère que c'est grâce à ce nouveau média que l'espace médiatique de cette communauté s'est complètement métamorphosé. Comme témoignent certaines réponses des interrogés :

« Internet s'impose de plus en plus comme support d'information incontournable. Son pouvoir de fascination est extraordinaire »

« Internet devient le média le plus populaire pour ma génération [3^{ème}]. L'engouement pour ce support chez nous les jeunes explique sa popularité, sa modernité et son universalisme »

« Regarder des chaînes satellitaires du pays via la parabole ne relève plus de nos préférences, c'est plutôt réservé à nos grands parents [1^{ère} génération], aujourd'hui, avoir une connexion Internet s'avère beaucoup plus utile, c'est vital »

« Internet est un excellent moyen qui permet de faire plusieurs choses à la fois : écouter la radio, regarder la télévision, lire des journaux de presse, participer à des forums, appeler la famille, chatter, acheter en ligne, chercher une documentation sur un sujet particulier, etc. »

« Internet est une source d'information plus variée et moins censurable que les autres médias. »

« Je pars chaque semaine au Cyber du coin pour chatter, appeler la famille au bled, utiliser la webcam permet à la fois d'écouter l'autre et de le regarder. C'est vraiment super »

¹ Selon une enquête de *Financial Times* (9/10/2007), effectuée sur 5000 européens connectés de pays différents, ces derniers consacraient plus de temps à surfer sur Internet (4h par semaine) qu'à lire journaux et magazines sur papier (trois heures). Plus significatif encore, de 40 millions de sites en mars 2003, l'on est passé à plus de 150 millions en 2008 (source *news.netcraft.com*). Selon Jean-Pierre Warnier (2004), en moyenne, un site pour six internautes, alors que par rapport aux lecteurs de livres, on découvre moins de 1 livre pour 100 en France. Selon l'INSEE, n°1011, (mars 2005), un ménage sur deux possède un micro-ordinateur et un sur trois a accès à internet. Un autre sondage (2006), publié sur le net confirme que l'internet devient le média le plus populaire : 57,3% des 1 451 personnes interrogées ont désigné le Web comme leur média préféré devant la télévision, 19,9% regardent la télévision, 12,1% lisent la presse ou un livre et 10,6% écoutent la radio. (Source : « Journal de net »)

« Internet a changé ma vie, il fait partie désormais du quotidien. J'ai besoin d'utiliser Internet, comme j'ai besoin d'aller chez le boulanger pour acheter du pain, ou chez mon coiffeur ... »

Extraits d'interview

Ce mode d'information et de communication dispose d'atouts et de capacités non négligeables. Son introduction dans les foyers fait de lui un élément du quotidien. Ainsi, sa particularité réside dans le fait qu'il « présente les idées minoritaires » à l'ensemble des internautes, ce qui est quasiment absent dans les médias traditionnels « qui représentent majoritairement l'opinion publique ». D'autres interviewés affirment que ce cybermédia occupe tout simplement une place indispensable en complémentarité et en parfaite harmonie avec les autres médias. Autrement dit, le réseau des réseaux aurait-il assez d'influence pour pousser les usagers à changer de stratégies et à évoluer au rythme des nouvelles technologies de la communication. Comment ce nouveau média a modifié en particulier les pratiques médiatiques au quotidien, les modes de penser, de croire et de savoir ?

Les pratiques médiatiques de la communauté marocaine vivant en France

La France est une société cosmopolite qui regroupe une diversité de populations ethniques. Elle est construite non pas sous le signe d'une seule communauté française mais de toutes celles qui cohabitent et qui y vivent, en dépit de leurs origines différentes. Celles-ci ont un usage médiatique différent de celui de la communauté nationale. On part donc du postulat selon lequel la communauté ethnique ayant une origine ethnique, un mode de vie social et des pratiques qui la différencient de la communauté nationale française de souche, s'approprie les médias différemment. Notre enquête qualitative auprès de la communauté marocaine vivant en France démontre que cette dernière a un usage éclectique des médias qui s'exprime à travers le choix d'un programme, d'un site, d'une émission, d'un article, etc. Ses pratiques médiatiques dépendent en fait du contexte social, culturel, politique, économique, linguistique, etc.

« Je guette l'information qui m'intéresse. Je ne rate pas les programmes politiques et sportifs. En fait, je suis très sélectif. Grâce au satellite, je zappe souvent entre les chaînes nationales et les chaînes communautaires »

« Moi, je préfère la télévision. C'est le seul média que je regarde (...) la télévision est mon compagnon fidèle »

« J'aime écouter les émissions ou programmes qui parlent ma langue maternelle »

« Internet a chapeauté tous les autres médias. Pour nous les jeunes, c'est un outil universel moderne et indispensable »

« J'utilise à la fois les médias du pays d'accueil et les médias du pays d'origine, (...) je construis mon agenda moi-même, en fonction du temps, des personnes, du programme regardé... »

« J'écoute tous les dimanches, Radio Orient, surtout les émissions musicales, j'aime ça »

« Je constate que les médias en France n'accordent que très peu de visibilité aux minorités ».

Extraits d'interview

Trois types de pratiques médiatiques caractérisent notre population : des pratiques médiatiques dites « communes » liées aux médias nationaux, des pratiques médiatiques dites « spécifiques » liées aux médias communautaires et des cyberpratiques médiatiques. La combinaison entre ces pratiques témoigne de cette double culture voire d'une culture « émergente » qui pousse ces usagers à construire un espace médiatique personnel dans lequel ils se reconnaissent. Cette troisième catégorie concerne deux types d'usagers, ceux (normaux ou accros) qui voient en Internet « un mode d'information et de communication, un vecteur de progrès et de modernité ». Il s'agit ici des usagers de la deuxième et troisième génération. Et ceux qu'on appelle des réfractaires idéologiques, des technophobes hostiles à toute technologie (soit par goût, soit parce qu'ils ne maîtrisent pas l'outil). Ceux-ci appartiennent majoritairement à la première génération. En revanche, la plupart des interrogés mettent l'accent sur l'aspect dynamique et polymorphe de ce nouveau média.

De nos jours, l'évolution des nouvelles technologies de l'information et de la communication a permis aux récepteurs d'adopter de nouveaux comportements, de développer de nouvelles pratiques et d'apparaître comme des usagers des médias et des Techniques d'Information et de Communication (TIC). Pour mieux comprendre les pratiques et les enjeux de ce cyberspace médiatique, nous nous référons au courant culturaliste britannique¹ qui s'intéresse au contexte social dans lequel s'insère la réception. En effet, chaque récepteur fait appel à son vécu, à son humeur, à ses expériences pour décrypter les contenus médiatiques. Ses pratiques sont constituées d'une part de « mystère ». Raymond Williams parle d'une « structure de sentiment » (structure of feelings) qui renvoie l'individu à conceptualiser son usage en fonction d'un ensemble de sentiments et de valeurs activement vécus et en transformation permanente.

Chez les communautés ethniques, ces NTIC semblent arriver dans leurs quotidiens par nécessité, par accumulation de technologies et d'hybridation culturelle, identitaire, linguistique, etc. Le processus d'appropriation de l'Internet comme média permet de visualiser chez elles différents modes et comportements. Certains s'isolent, s'excluent (processus d'isolement et d'exclusion) et forment une certaine communauté affinitaire ; d'autres cherchent la compagnie, la socialisation (processus d'appartenance à un groupe par une entrée dans les habitudes sociales). On peut ainsi lister les différents modes d'appropriation d'Internet chez la communauté marocaine vivant en France : usage injonctif : utilisation indispensable (travail, étude, communication, autres besoins : achat/vente, publication/information...) ; usage personnel : utilisation individuelle selon un besoin personnel ; usage collectif : on s'approprié une technique parce que les autres en font de même (faire comme les autres : Chat, rencontre, jeux, achat/vente...) ; usage communautaire : former des communautés par centre d'intérêt. Une autre catégorie d'usagers considère ce média comme un espace d'action par excellence qui détrône les autres médias. Un espace de moins en moins virtuel puisqu'il permet au niveau mondial de mobiliser un grand nombre de personnes pour une action, un événement, une manifestation, etc. (réseaux sociaux).

En tant que technologie, Internet est de nos jours accessible à tous : il assure la diffusion de l'information, modifie, complète et enrichi le cyberspace de l'utilisateur issu de l'immigration. « *Le besoin de se sentir présent, actif, reconnu, de participer à la citoyenneté, d'élaborer de nouveaux relais d'opinion et de faire partie de la communauté nationale constitue des revendications que seul Internet peut concrétiser* » nous confirme un interrogé.

Mais comment donc ces pratiques cybernétiques s'expriment au quotidien et comment elles participent dans la fragmentation de l'identité numérique de la communauté marocaine ?

Le rôle du nouveau média dans la formation, la reconfiguration et la transmission d'une identité numérique

Compte tenu des conditions sociales des communautés culturelles et des enjeux que représente la problématique de l'usage du nouveau média : Internet, la question de l'appropriation de ce cyberspace public par des acteurs sociaux dépend de plusieurs variables identitaire, culturelle, sociale, intergénérationnelle, etc. Il est vrai que des approches de la réception et des usages des nouvelles technologies de l'information et de la communication demeurent insaisissables dans le sens où il faut rappeler que pour saisir l'activité de l'utilisateur, il faut se baser sur des analyses microsociologiques des pratiques individuelles ainsi que sur des analyses macrosociologiques des politiques publiques. Chaque usager entretient avec le média une relation spécifique. Notre

¹ Les études culturalistes (Richard Hoggart, Stuart Hall) ont tenté de créer un espace équilibré entre une conception macro-sociale de la domination idéologique et l'interprétation faite par le récepteur d'un autre côté. Elles abandonnent ainsi la conception naïve et « non scientifique » des effets puissants des médias pour une approche plus fine des pratiques médiatiques des usagers. Selon l'hypothèse avancée par Harold Innis et Marshall McLuhan, le média a une influence déterminante sur notre manière de penser, de sentir et d'agir. Les travaux sur la socio-politique des usagers (Vedel et Vitalis, 1994) semblent intégrer nos préoccupations parce qu'ils prennent en compte « *les interrelations complexes entre outil et contexte, offre et utilisation, technique et social* » et rompent avec le déterminisme technique prôné par McLuhan. Jouët (1993) estime que les pratiques des usagers possèdent une double médiation composée de façon équilibrée de déterminisme technique et de déterminisme social.

population marocaine vivant en France utilise Internet pour tisser un lien avec le pays d'origine, s'identifier à des modèles représentatifs, chercher des repères culturels, développer des formes de solidarités et d'interactivités, agir en action, faire cohabiter des identités individuelles, construire une logique identitaire à l'abri de l'irruption d'autres problématiques liées au communautarisme, à la formation des ghettos, à l'exclusion, juxtaposer plusieurs cultures (individuelle, collective, partagée), créer de nouvelles relations, former des communautés affinitaires ayant des références et des centres d'intérêt communs, etc.

« Internet constitue une passerelle sociale qui préserve l'identité et le lien avec le pays d'origine »

« Ayant une double culture, Internet me permet de m'informer sur mon pays » « Je me sers dans le travail pour m'informer, me divertir, communiquer en temps réel »

« Je consulte les médias du pays d'origine sur Internet. Cet outil constitue une passerelle entre tous les Maghrébins. Il permet à mes enfants qui sont nés ici, en France, de garder un trait d'union entre les deux rives de la Méditerranée ».

« Internet aide dans la construction du lien social, surtout pendant certaines périodes : vacances d'été, fêtes nationales du pays d'origine, fêtes religieuses notamment le ramadan, l'Aïd, le nouvel an musulman, le pèlerinage à la Mecque, etc. »

« Je perçois très positivement Internet comme moderne et éducatif, mais je n'en suis pas l'utilisateur, à quelques rares exceptions près »

« Internet est une fenêtre à travers laquelle on regarde le monde et on construit une sorte de réalité conforme à la réalité de notre quotidien »

« La magie des médias est grandiose, sans doute, lorsqu'il s'agit de montrer l'exemple de personnes issues de l'immigration. Franchement, quand je vois la réussite des humoristes à la télévision ou sur Internet comme Gad Elmaleh, Jamel Debbouze, Mustapha, etc. Je m'en réjouis, et je suis toute fière »

Extraits d'interview

Ces diverses variables nous permettent ainsi de comprendre non seulement le contexte de l'usage de l'Internet mais aussi les formes de son appropriation. D'une manière générale, ce nouveau média aide dans la construction des mythes, de la mémoire collective, du patrimoine culturel, d'une identité numérique. Il peut mobiliser des « identités refuges » comme il peut transcender des « identités figées ».

Quel que soit donc le genre du média utilisé, nous constatons que cela rythme d'une manière générale l'usage médiatique de notre communauté et interfère avec son identité culturelle, ethnique, communautaire, etc. L'utilisateur livré à lui-même, cherche « sa » vérité, définit son programme, choisit son interlocuteur, se fabrique une identité¹.

Conclusion

Qu'on le veuille ou non, Internet constitue un cyberspace qui permet l'accès à l'Autre, à son identité et qui contribue aussi à la reconnaissance des particularismes de chacun. Internet joue un rôle indéniable dans la reconfiguration de l'espace public et constitue désormais un moyen voire un enjeu dans la construction des identités, l'affirmation des opinions, la diffusion des informations, la formation des représentations sociales, etc. Autrement dit, si Internet semble être un remède à la frustration personnelle, un leitmotiv qui prône un idéal d'ouverture, il pourrait être aussi responsable de l'individualisation (ou l'hyperspécialisation) des pratiques médiatiques, de la segmentation (ou la fragmentation) de l'espace médiatique, de « sectorisation des consommateurs » (Vitalis, 1994), de l'accentuation des *dénivellations* sociales, etc.

¹ Serge Proulx et de Danielle Bélanger (1996) confirment que « la consommation spécifique par les immigrants (...) contribuerait directement -ou indirectement- au processus de reconstruction symbolique de leur nouvelle identité sociale et culturelle ». C'est-à-dire, les messages véhiculés par les médias peuvent constituer un matériau symbolique qui participe au processus d'acculturation et de la reconstruction de l'identité.

En effet, cet outil numérique a vu apparaître des communautés virtuelles (spécialisées, personnalisées, affinitaire, choisies, etc.) qui représentent aujourd'hui une réalité sociale. Toutes participent à l'animation de liens sociaux, d'amitié, de solidarité, de soutien et de partage de valeurs communes. La relation de la population marocaine vivant en France à l'Internet est renforcée tout au long de sa vie et s'appuie sur une culture médiatique bien personnelle et particulière forgée par des goûts et des besoins. De même, ses pratiques médiatiques éclectiques restent socialement, collectivement et individuellement corrélées à des variables culturelles, identitaires, générationnelles/temporelles, sociales, linguistiques, religieuses, etc. et semblent structurer des tranches entières de sa vie et donner un sens à son quotidien. Une chose est sûre, l'apparition de l'Internet crée une mutation dans les usages et les pratiques, or on ne peut guère prévoir comment l'on utilisera l'Internet dans cinquante ou cent ans, ni comment les êtres humains s'en trouveront influencés

Bibliographie

- BELISLE C., BIANCHI J. et JOURDAN R., 1999, *Pratiques médiatiques, 50 mots-clés*, Paris, CNRS
- BRETON Ph., 2000, *Le culte de l'Internet : une menace pour le lien social ?* Paris, La Découverte
- CAMILLERI, C. (1999) *Stratégies identitaires*, Paris, Presses universitaires de France
- DAHLGREN P., 2000, « L'espace public et l'Internet » in *Réseaux*, pp. 157-186
- DUBAR C., 2001, *La crise des identités. L'interprétation d'une mutation*, Paris, PUF
- HALIMI S., 2000, « Des cybers résistants trop euphoriques », in *Le Monde diplomatique*, N°557, Paris, août 2000, p. 27
- JOUËT J., 1993, « Usage et Pratiques des nouveaux outils de communication », in *Dictionnaire critique de la communication*, sous la direction de Lucien Sfez, Paris, PUF
- MATTELART A., 2000, « Comment est né le mythe d'Internet? », in *Le Monde diplomatique*
- MATTELART, A., 2007, *Diversité culturelle et mondialisation*, Paris, La Découverte
- OLLIVIER B., 2000, *Internet, Multimédia : ça Change quoi dans la réalité*, INRP
- PROULX S., 1994, *La place de la télévision dans la reconstruction identitaire de familles immigrantes*. Présentation au colloque « Recherche, arts et culture », Congrès de l'ACFAS, Montréal, 18-19 mai
- RIEFFEL R., 2005, *Que sont les médias ? : Pratiques, identités, influences*, Paris, Gallimard.
- RIEFFEL R., 2005, *Sociologie des médias* (2^{ème} édition), Paris, Ellipses, Coll. Infocom
- TOUHAMI S., 2007, *Pratiques médiatiques et processus d'intégration : le cas de la population d'origine marocaine en France*, thèse soutenue sous la direction de M. André Vitalis, université Michel de Montaigne, Bordeaux 3
- VITALIS A., (dir.), 1994, *Médias et nouvelles technologies: Pour une socio-politique des usages*, Rennes, Apogée
- WOLTON D., 2000, *Internet et après ? Une théorie critique des nouveaux médias*, Paris, Champs/Flammarion
- WOLTON D., 2003, *L'autre mondialisation : identité, culture et communication*, Paris, Flammarion

Comité

Comité scientifique

Driss Ablali, Maître de conférences- HDR. Université de Franche-Comté

Christian Agbobli, Professeur. Université du Québec à Montréal

Abderrahmane Amsidder, Professeur de l'Enseignement Supérieur. Université Ibn Zohr, Agadir

Valérie Carayol, Professeur des Universités. Université de Bordeaux

Lucienne Cornu, Professeur émérite. Université Aix Marseille III

Fathallah Daghmi, Maître de conférences. Université de Poitiers

Philippe Dumas, Professeur émérite. Université du Sud, Toulon-Var
Jamal Elachmit, Professeur Assistant. Université Ibn Zohr, Agadir
Abderrazzak El Abbadi, Professeur de l'Enseignement Supérieur. Université Ibn Zohr, Agadir
Gino Gramaccia, Professeur des universités. Université Bordeaux 1
Abdelfettah Nacer Idrissi, Professeur de l'Enseignement Supérieur. Université Ibn Zohr, Agadir
Abdeljalil Idrissi, Professeur de l'enseignement supérieur, Université Ibn Zohr Agadir
Abdelkhaleq Jayed Professeur de l'Enseignement Supérieur. Université Ibn Zohr, Agadir
Alain Kiyindou, Professeur des Universités. Université de Bordeaux
Riadh Ferjani, Professeur. IPSI, Université la Manouba, Tunis
Smaïl Kouttroub, Enseignant chercheur, Institut Universitaire de la Recherche Scientifique, Rabat
Aurélié Laborde, Maître de conférences. Université Bordeaux 3
Mohamed Lakhdar Maougal, Professeur. Ecole nationale supérieure de journalisme d'Alger
Olfa Lamloum, Chercheure. Institut français du Proche-Orient, Beyrouth
Brigitte Lepez, Professeur des Universités. Université Charles de Gaulle Lille 3
Hassan Moustir, Professeur de l'Enseignement Supérieur Assistant. Université Mohammed V – Agdal, Rabat
Nicolas Pélissier, Professeur des Universités. Université Nice Sophia Antipolis
Olivier Pulvar, Maître de conférences. Université des Antilles et de la Guyane
Farid Toumi, Professeur Habilité. Université Ibn Zohr, Agadir

Comité d'organisation Agadir 2012

Farid Toumi, Professeur Habilité. Université Ibn Zohr, Agadir
Fathallah Daghmi, Maître de conférences. Université de Poitiers
Abderrahmane Amsidder, Professeur de l'Enseignement Supérieur. Université Ibn Zohr, Agadir

Avec le soutien logistique des étudiants de Master Communication des organisations, Faculté des Lettres d'Agadir et les étudiants de DUT SRC Parcours Com d'Angoulême, Université de Poitiers.