

Les « révolutions 2.0 » des facebookiens dans l'espace arabe

Dr. Daoud Djefafla

UFR de Communication – Université Paris XIII

Laboratoire LabSiC MSH – Paris Nord (France)

Abstract:

La problématique de cette étude est d'examiner la question selon laquelle « les révolutions arabes » de 2010 sont le produit des réseaux sociaux (Facebook et ses compagnies). L'hypothèse qui essaye à répondre à cette question s'articule sur l'idée selon laquelle : « les printemps arabes » ne sont pas le résultat de seuls les médias électroniques mais il y a aussi d'autre élément qui sont impliqués dans les événements de protestation.

ملخص:

محور هذا البحث هو دراسة حقيقة الأحداث التي عرفت بها بعض البلدان العربية خلال سنة 2010 من وجهة نظر اتصالية بحتة. و الإشكالية التي يحاول الإجابة عنها هي هل حقيقة أن الثورات العربية" ما هي إلا نتيجة حتمية للاستعمال الواسع للإعلام الإلكتروني و خاصة الشبكات الاجتماعية في هذه البلدان. و كرد على ذلك يطرح البحث فرضية مفادها أن هناك من العوامل ما يشجع على القول بكون الثورات" هي صنعة إعلامية غير انه بالإضافة إلى ذلك هناك من العوامل ما يدحض هذا القول و يقدم الدليل على القول بعكسه تماما.

Introduction

Dans une grande partie des pays arabes, la fin de l'année 2010 est marqué par le déclenchement des plusieurs de protestations « populaires » contre les régimes politiques en place ce que s'est traduit, par exemple, par la chute des présidents tunisien Benali et l'égyptien Moubarak ou par la guerre civile au Yémen et en Syrie, etc. Le point commun qui rassemble tout ces mouvements de revendications est c'est qu'ils se sont produites sous le signe de métamorphoses révolutionnaires véhiculées souvent par de multiple dispositifs de communication. La forte présence des médias et de nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) a laissé de nombreux chercheurs qualifier ceci comme des révolutions des communications (Dagnaud, 2011).

Cette attitude s'articule sur des faits techniques comme l'usage l'Internet (réseaux sociaux, blogs, courriels, etc.) par les protestataires et par leurs adversaires, ou comme l'utilisation des NTIC (Smartphones, terminaux téléphoniques, caméscopes numériques, etc.).

Le recours à ces moyens et à ces dispositifs pour la production et la diffusion des continus sur l'actualité en cours a donné naissance à des nouveaux énoncés à l'instar de « les révolutions numériques arabes⁽¹⁾, les révolutions de Facebook, le printemps arabe des fecebookiens, etc. ». Ce qui est frappant dans tout ces énoncés et bien d'autres c'est d'abord la mise en évidence du caractère révolutionnaire

sur les événements qui se produisent, ensuite c'est le résumé de toute implication médiatique ou communicationnelle dans ce qui se passe aux seuls les nouveaux médias en oubliant la contribution des grands médias à l'instar des chaînes panarabes Al Jazeera et Al Arabiya dans la production et la diffusion des flux informationnels, et enfin l'articulation entre ces deux éléments ce qui résume la situation, qualifiée en révolution, qu'elle est faite uniquement par les jeunes (seuls maîtrisent le net) dans l'espace arabe.

A partir de ce constat, une question importante se dessine selon laquelle serait-il possible de qualifier ce qui se passe dans une grande partie des pays arabes comme un printemps numérique ou dire en d'autres termes qu'il s'agit d'une révolution digitale ? Cette interrogation est la traduction d'une problématique qui consiste à comprendre les mouvements de protestations ; sont-ils le résultat engendré d'une articulation entre produits et diffusions médiatiques numériques ce qui, par conséquent, donne à Internet le statut d'un acteur singulier qui agit seul sur le terrain social et qui résulte d'un côté la mise à l'écart de tout autre médiateur quelque soit sa nature (télévision, presse écrite, etc.) et de l'autre côté l'élimination de toute autre protagoniste de revendication (pouvoir et opposition politique, syndicat, association, etc.). Pour répondre à ce questionnement, il faut examiner une thèse selon laquelle les mouvements des protestations dans les pays arabes ne sont pas le résultat d'une médiation faite par Internet mais ils sont des actions autonomes relèvent d'une métamorphose sociale et politique globale dont ce média, Internet,

joue un rôle parmi d'autres qui reste amplifier. A partir de cela, il semble pertinent, afin d'examiner cette hypothèse de mettre en relief l'approche et la méthode de recherche de cette étude.

1. Approche et méthode de recherche

Cette étude s'articule sur deux piliers ; théorique et empirique. Le premier l'encadre sur le registre des concepts et le second la mettre dans son contexte social.

1.1. Le fondement théorique : une approche foucaldienne

Le fondement théorique de cette étude s'articule sur les éléments qui constituent son titre, à savoir, les facebookiens et leurs actions, « les révolutions », et l'espace arabe. Ces sujets renvoient à des concepts clés. Explication. Ce qui parle de la nouvelle génération évoque nécessairement des protagonistes, les facebookiens en l'occurrence, qui agissent dans un terrain bien défini, celui de « la révolution », avec des moyens et pour des fins. Ceci dit, il s'agit d'une lutte entre des acteurs dotés d'un « *pouvoir* » dans un « *champ* » de confrontation entre différents personnages qui utilisent un « *discours* » propre à eux pour gagner leur « guerre » qui engendre une violence réelle et qui se traduit sur le web par une violence symbolique. Donc, il s'agit d'une confrontation entre plusieurs acteurs (gouvernements, oppositions) qui font usage à leurs pouvoirs respectifs, et chacun d'entre eux et par son discours spécifique, dénonce la position de l'autre dans le pays où se déroule « la révolution » qui est le champ de la lutte. Cette explication, qui se base sur l'emprunt et l'usage des ces

concepts (*le pouvoir, le discours, le champ*) dans cet article pour démontrer les enjeux des ces « révolutions » dans l'espace arabe, nécessite la mise en relief de leurs origines, leurs significations et enfin la manière dont ils sont empruntés et utilisés. Tout cela sera expliqué ainsi :

- Pour commencer, il faut retrouver les origines du concept du « *pouvoir* » dans l'œuvre de Michel Foucault dont il a consacré une grande partie de ses études cliniques. Selon lui, le pouvoir n'est pas une chose acquise dans les mains de quelqu'un qu'il le manipule selon son désir, mais c'est un sujet qui se trouve en action permanente au sein de la société et passe entre tous, pour rassembler ou disperser les uns et les autres. Cela dit que le pouvoir « *ne s'applique pas, purement et simplement, comme une obligation ou une interdiction, à ceux qui 'ne l'ont pas' ; [...] il les investit, passe par eux et à travers eux ; il prend appui sur eux, tout comme eux-mêmes, dans leur lutte contre lui, prenant appui à leur tour sur les prises qu'il exerce sur eux* » (Foucault, 2003, p.31-32). Ainsi, le pouvoir ne se possède pas mais il s'exerce puisqu'il est considéré comme un acte ou comme le qualifie Foucault un *mode d'action*, (Foucault, 1984, p. 313). C'est cet aspect-là du pouvoir qui nous intéresse c'est-à-dire en tant que mode d'action que nous tentons d'utiliser dans un contexte médiatique pour examiner le pouvoir des réseaux sociaux utilisés dans « les révolutions » arabes et derrière eux les facebookiens. Pour le faire, notre inspiration va au travail de J-P. Esquenazi : *Le pouvoir d'un média : TF1 et son discours* dans lequel il souligne qu'une théorie du

pouvoir exercé par la télévision ne peut pas être définie selon le binôme pouvoir/domination et affirme qu' « *un média ne peut pas s'imposer à son interlocuteur (...) il ne l'enferme pas, ne l'oblige à rien* » (1996, p. 21). En revanche, il trouve que la chaîne de TF1 exerce son pouvoir par l'ensemble de ses « *actions* » à quoi s'obligent ces partenaires, en l'occurrence les interlocuteurs, pour en devenir des téléspectateurs (Esquenazi 1996, p. 25-26). A partir de là et pour notre sujet, il nous semble que le pouvoir d'Internet du « *révolutions* » s'émerge dans le fait d'établir un rapport avec ses internautes et de « *signer* » avec eux un « *contrat moral* » qui consiste à naviguer sur son produit numérique. Dans ce « *contrat* », ce nouveau média est satisfait de simple présence des individus devant le poste informatique connecté sur leurs sites et son pouvoir est déjà bâti. En ce qui concerne l'autre partie du contrat, les potentiels internautes ont effectué leur connexion, comme le dit Esquenazi, « *au nom des contenus de ses émissions* » (1996, p. 27), autrement dit, au nom de ce qui est mie en ligne. D'après cela, le pouvoir des nouveaux médias dans l'espace arabe « *révolutionnaire* », conçu comme des relations avec ses internautes et son action envers eux, est déterminé par son produit numérique et sa pratique sur la Toile. Dès lors, nous pouvons dire que « *le pouvoir* » de Facebook, des blogs et du reste des réseaux sociaux dans la situation des « *révolutions* » arabes peut s'articuler sur deux axes. *Primo*, tenter de conquérir les usagers d'Internet dans l'objectif d'avoir une place au côté du reste des médias dans l'espace arabe. *Secundo*, exercer, par son pouvoir, la fonction d'être dans

l'espace arabe. A partir de là, nous pouvons retenir du pouvoir foucauldien deux caractéristiques d'une grande importance qui nous serviront pour notre travail : *les relations* et *l'acte* qui constituent le pouvoir. Cette question permet d'évoquer les modalités d'exercice du pouvoir. Il s'agit là des instruments qu'il se donne, du champ où il intervient et du réseau qu'il dessine. Tous ces éléments se manifestent dans son discours. A partir de là, il est nécessaire de mettre en évidence le discours des réseaux sociaux dans « les révolutions » arabes comme une action médiatique, c'est-à-dire une pratique numérique complexe, et de déterminer, par conséquent, les instruments qu'elle utilise, le/les champ(s) où elle intervient et le réseau qu'elle dessine. Cette question est le sujet du point suivant.

- Restons toujours sur notre approche foucauldienne. Le philosophe ne voit pas le discours comme l'ensemble des choses dites et la manière dont elles sont dites, ni comme des rapports de duels entre un discours dominant et un autre dominé, avec entre eux la barrière des classes. Foucault observe le discours comme l'ensemble d'énoncés en tant qu'ils appartiennent à la même formation discursive (1969, p. 153). Il est le champ « *stratégique, où les éléments, les tactiques, les armes ne cessent de passer d'un camp à l'autre, de s'échanger entre les adversaires et de se retourner contre ceux-là mêmes qui les utilisent* » (Foucault, 1994, p. 123). Donc, le discours est d'abord « *une formation* » qui a ses propres « *règles* » qui lui donnent sa fonction en tant que créateur des rapports, entre les parties, et sa force comme origine du pouvoir. Cela dit, il faut observer le discours

comme « *un champ* » (Bourdieu, 2002, p.114) c'est-à-dire comme un lieu d'affrontement. Il est le lieu de lutte, parce que la position occupée, par chaque acteur (média et ses interlocuteurs), détermine la nature de lutte et définit comment les échanges des éléments de lutte se font. Il est aussi un instrument parce que les armes utilisées par chaque acteur et les tactiques menées par eux définissent l'enjeu et la contradiction de la lutte. Dans cette perspective, comment cerner ces « *règles* » selon lesquelles le champ de lutte se construit et les éléments qu'utilisent dans le discours des nouveaux médias dans l'espace arabe ? Pour le faire, il faut observer le discours numérique de la générations Facebook non pas comme un texte de langage, mais comme un fait social qui a deux dimensions : une informative, celle qui concerne ses objets (les textes qui parlent du rassemblement du place *Tahrir*, la vidéo d'un accrochage armé entre rebelle libyens et force de l'armée, etc.) et une indicative qui se porte sur le discours même parce qu'elle détermine les relations de pouvoir produites par ce discours, (la hiérarchisation du rassemblement du place *Tahrir* par rapport aux autres informations, le choix de réaliser une vidéo, etc.). C'est pourquoi la compréhension du discours passe nécessairement par la saisie de la dimension indicative.

En fait c'est celle-ci qui construit « *le lien entre le discours et celui qui l'écoute : elle rassemble ce que le discours indique comme ses présupposés ; et la compréhension de ceux-ci par les auditeurs leur permet d'accéder au sens de ce qui est dit concernant les objets* ». (Esquenazi 1996, p. 30) C'est dans ce sens que nous

essayons de cerner la fonction « *indicative* » du discours de face book, des blogs et les autres technologies dans « les révolutions » arabes, comme des règles et des pratiques, et par conséquent saisir le rapport du nouveau médias avec son interlocuteur pour un objectif : mettre en évidence son pouvoir. Autrement dit, il faut déterminer « le régime de communication » propre à ces médias électronique. Dans ce sens-là et à partir de ces règles-là, le discours médiatique peut s'opérer sur le monde dont lequel il « *sélectionne ce dont il parle ; il choisit certains aspects, attribue des positions, et attribue des liens entre les objets* » (Esquenazi 1996, p.32). *Grosso modo* à partir de sa vision du monde, le discours médiatique construit son propre monde. Voilà, nous y sommes, le discours communicationnel des réseaux sociaux, comme action médiatique, comme pratique numérique et comme fait social établit des rapports par lesquels il exerce son pouvoir. Celui-ci se manifeste par la sélection des énoncés, le choix de certains aspects, l'attribution des positions et les liens entre les objets. Dès lors, il est pertinent de s'interroger : comment les médias numériques des « révolutionnaires » arabes instaurent un *lieu* d'affrontement et comment récupèrent-ils les *instruments* de lutte ? Ou encore et puisque le discours est l'arme du pouvoir de « *qualification* et *disqualification* » (Foucault 1994, p. 124), il est important également de poser la question : que qualifient-ils (ou disqualifient-ils) dans leurs discours ? Comment et pourquoi elle le fait ? En un mot, il faut faire apparaître le discours électronique des réseaux sociaux comme *un mode opérateur*.

1.2. Le volet empirique

Le volet empirique de cette étude, qui permet de mettre en examen l'hypothèse de cette recherche, s'articule sur deux éléments : une enquête réalisée spécialement à cette fin et se déroule en deux phases et un corpus qui représente des pages de Facebook et des blogs examinés également pour le présent article. Explication.

a) Les entretiens

Les entretiens de cet article ont été réalisés par téléphone depuis Paris avec 20 individus facebookiens (qui font usage ou qui navigue seulement sur Internet), qui représentent six pays arabes. La Tunisie, la Libye, l'Égypte et la Syrie sont évoqués par quatre participants, le Bahreïn et le Yémen sont représentés par deux participants pour chaque pays. En outre, les interviewés âgés de 18 à 40 ans, ils ont des niveaux éducatifs disparates qui se situe entre le primaire et l'universitaire. Selon les statistiques, 6 sont arrêtés leurs scolarités à l'école primaire, 5 ont acquêt le diplôme du collège, 7 sont des lycéens et 2 diplômés de l'université. Pour l'usage de l'informatique, 4 individus déclarent posséder des ordinateurs et des terminaux mobiles pour accéder aux réseaux sociaux, 5 d'entre eux disposent uniquement d'une machine chez-eux et 10 vont au cybercafé. Pour la situation financière, il y a 7 participants qui ne trouvent pas de problèmes pour se connecter à tout moment, 10 qui utilisent internet presque régulièrement mais avec un temps limité car les moyens financiers le permet mais sous certaines conditions et 3

participants avouent qu'ils cotisent avec d'autres amies ou voisins pour accéder à un poste informatique en groupe. Enfin, il est important de souligner que les entretiens ont été réalisés séparément dans une période qui se situe entre le premier janvier et le 30 septembre 2011 et qui ont duré, en moyenne, une heure et demi pour chacun. Il s'agit de mener des entretiens approfondis avec l'ensemble des participants sur deux phases ; des moments semi-directifs et des entretiens de remise en situation qui a consisté à s'appuyer sur les pages de Facebook qui font objet d'usage des participant tant qu'auteurs ou que lecteurs.

	Tunisie	Libye	Egypte	Syrie	Bahreïn	Yémen
Participants	4	4	4	4	2	2
Filles	3	2	1	3	1	2
Garçons	1	2	3	1	1	0

Figure 1 : les participants à l'enquête

b) Le corpus

Le second élément empirique de la présente recherche se construit par 30 unités de contenu qui se présentent sous pages Internet de trois catégories ; les réseaux sociaux (Facebook et Twitter) et les blogs mises en ligne pendant la période allant du 1^{er} janvier 2011 et le 30 septembre de la même année et qui concernent les six pays

arabes déjà évoqués, à savoir, l’Egypte, la Tunisie, la Libye, la Syrie, le Bahreïn et le Yémen. Les unités de ce corpus sont distribuées ainsi :

	Tunisie	Libye	Egypte	Syrie	Bahreïn	Yémen
Facebook	2	2	3	4	3	2
Twitter	1	0	2	2	0	0
Blog	2	2	3	1	1	0
Total	5	4	8	7	4	2

Figure 2 : les unités selon les pays et le genre médiatique

Dans ce corpus, nous avons choisis les unités qui sont produites par des personnes physiques et par conséquent les blogs des associations ou les pages Facebook institutionnels, par exemple, ne figure pas dans l’échantillon à examiner. En outre, les unités pris en considération sont seulement les contenus produits à l’intérieur des pays concernés. Autrement dit, les blogs des oppositions politiques exilées, par exemple, ne font pas partie de notre corpus. Ceci pour mesurer l’autonomie de l’action de « la génération Facebook » dans les pays concernés.

A présent et après la mise en lumière des deux fondements (théorique et empirique) de cette recherche, nous commençons, dans le cadre de l’examen de l’hypothèse de notre étude, par la mise en relief de la genèse des « révolutions arabes ».

2. La genèse de la « révolution 2.0 » dans l'espace arabe

L'implication d'Internet (réseaux sociaux, blogs) dans « les révolutions arabes » ne constitue pas la première médiation des mouvements de révoltes des populations arabes. Il existe de mise en médias des ces protestations par des grands acteurs communicationnels dans la région du Moyen Orient et l'Afrique du Nord à l'instar ce qu'a fait la chaîne qatarie Al Jazeera en médiatisant largement l'action du jeune tunisien Bouazizi et les manifestations qui ont suivie dans son pays par plusieurs dispositifs audiovisuels ; reportages, décryptage, débats et analyses. Du côté de la Toile, il faut enregistrer le contenu du frère de cette télévision, le site <www.aljazeera.net>, qui a accompagné son flux informationnel proposé aux internautes sur ces événements par des contenus inédites selon de multiples formats ; analyses, commentaires, tribunes libres, etc. dont lesquels, cette plateforme a donné la parole à plusieurs protagonistes tunisiens notamment Rached El Ghanouchi.

A partir de cela, un constat s'impose : la médiation de cette télévision constitue la première action dans le champ médiatique à proximité régional (arabe). Dans ce sens, la télévision française n'a pas manifesté d'intérêt à ceci que tardivement. L'explication de cela peut être trouvée dans les réactions de Paris sur le sujet. Ce que peut être souligné de cette première médiation est que la mise en avant du mouvement des contestations dans l'espace arabe est née au départ par un média classique, Al Jazeera en l'occurrence, et qu'Internet a

regagné le champ de la médiation dans un deuxième temps. Dans cet esprit, l'arrivée du Web sur le champ médiatique des événements trouve ses origines dans quelques facteurs qui sont :

Le recours aux nouveaux médias par les internautes dans l'espace arabe dans leurs luttes politiques contre les pouvoirs en place trouve ses origines dans ce que peut être appelé « un dispositif près à utiliser ». En fait, il s'agit de la disponibilité des nouveaux médias avant le déclenchement des événements c'est-à-dire l'existence des pages de réseaux sociaux (Facebook et Twitter) et des blogs utilisés pour d'autre fin (culturel, social, sportif, etc.). Donc il s'agit d'une acquisition de la plateforme c'est-à-dire le dispositif technique et puis l'aspect humain c'est-à-dire l'expérience de la manipulation de la technique ou comme l'appelle les sociologues des nouveaux médias *l'environnement numérique* entendu ici comme l'ensemble des technologies et des instruments numériques, les usages et les pratiques qui le rendent possible (Doueïhi, 2011, p.40).

A ce stade là, les internautes « révolutionnaires » n'ont qu'à traçinsformer la nature de l'usage vers la politique. Pour résumer, il faut dire que la disponibilité d'un dispositif technique, l'acquisition d'une expérience dans la manipulation et le transfère des attributions jouent un rôle important dans la propagation des contenus numériques contestataires dans l'espace arabe.

L'implication des masses dans la révolte constitue un élément important dans l'amplification de l'usage des nouveaux médias. La

sortie massive des révoltés dans les places publiques et les rues engendre un résultat important ; l'augmentation de nombres de participants de l'alimentation des nouveaux médias au niveau quantitatif. Il s'agit là de l'arrivée des centaines des images vidéo, des témoignages, des nouvelles des manifestations, etc. Tout ceci amplifie l'offre de contenu des nouveaux médias et par conséquent la satisfaction de davantage des internautes qui veulent, dans l'absence des informations sur ce que se passe par les médias classiques, savoir les évolutions des événements. Il y a là une observation importante à marquer : les nouveaux médias dans l'espace arabe se consacrent dans la réalité communicationnelle au coté des médias classiques par leurs productions massives de contenu. Ces acteurs numériques qui se sont implantés dans le champ médiatique, jusqu'au là réservé aux grands médias, sont les créateurs d'un nouvel environnement communicationnel digital.

2.1. La parole des blogueurs

Dans les sociétés occidentales, le blog est conçu pour être une tribune d'opinion car il est considéré comme l'incarnation du rapport entre le citoyen et la chose publique parce que dans la blogosphère, l'internaute veut s'informer par lui-même et développer de nouveaux modes d'engagement. Si dans les démocraties occidentales, les blogueurs ne substituent pas aux journalistes et les blogs n'ont pas vocation à remplacer les médias, dans l'espace arabe les choses sont moins clair. En effet, vue plusieurs facteurs qui pèsent sur les médias

arabes ; l'emprise des pouvoirs politique ou financier, l'attachement organique des moyens de communication aux corporations d'influences, etc., le travail journalistique ne semble pas toujours en mesure de satisfaire les exigences professionnels du métier, le produit médiatique vie souvent sous l'ombre de la subjectivité et la médiation est souvent la victime de la vision personnelle du médiateur.

Dans cette situation intervient le blog et son auteur dans l'espace comme alternative par fois mais comme source d'information souvent. Dans ce cas le web est le moyen de communication de ceux qui sont mal représentés dans les médias traditionnels, voir qui en sont exclus (Flichy, 2010, p. 58). Considéré comme un point de publication structuré selon l'ordre chronologique inversé, dont l'auteur peut être un seul individu ou un groupe de rédacteur, le blog qui n'est pas tenu de se concentrer sur un sujet particulier et peut couvrir un large éventail de question, (Doueihy, 2011, p. 112) joue dans les « révolutions » arabes un rôle majeur. Dans cet esprit, Ali, un blogueur tunisien de 28 ans nous explique :

« A travers mon blog, j'ai suivie la révolution moment par moment et j'ai transmis les nouvelles des événements a tout le monde » L'action du blogueur dans la chose publique prend plusieurs formes et dans le cas des « révolutions arabes » elle se varie entre la parole du l'expert, le dit d'un témoin, etc. Explication :

La lutte des jeunes « révolutionnaires » arabes via les réseaux sociaux tient à opposer le pouvoir des régimes en place par leur propre

pouvoir. Dans ce sens, vient la production d'un discours opposé à celui des autorités. Pour comprendre cette idée, il faut prendre l'exemple d'un ancien policier égyptien résidant aux Etats-Unis d'Amérique qui explique à ses concitoyens comment résister face au gaz lacrymogène dans la rue et faire face aux forces de l'ordre sans craindre leurs bombes. Par cette explication appuyée par des illustrations, le blog de ce jeune policier devient le mode d'emploi d'un dispositif sécuritaire contre celui du gouvernement. Ce blog montre en vérité comment les internautes ont récupéré un fragment dans le dispositif du discours du régime égyptien et comment ils l'ont retourné contre lui. A ce stade, Wael, un blogueur égyptien de 26 ans nous confirme que :

« Par le biais de mon blog que j'anime j'essaye de servir la révolution car je me contente pas du rôle de médiateur je veux être utile davantage par des actions ... »

En effet, par leurs écrits et leurs témoignages, les internautes des « révolutions » arabes ont démontré leurs capacités de mobiliser Internet pour leurs causes et ont affirmé ce que disait Patrice Flichy que *l'activisme électronique* permet de surveiller l'action des pouvoirs publics, de dénoncer leurs agissements, de donner un sens aux phénomènes sociaux et d'exprimer une opinion (2010, p.56) Cette dénonciation prend deux formes ; rallier l'opinion et la maintenir en éveil et la mobilisation de l'action qui transforme la sympathie en

opérations (Flichy, 2010, p. 59). Dans ce sens, il y a l'expérience d'un blogueur syrien de 20 ans qui souligne que :

« Le but que j'ai fixé dans mon blog est de mobiliser le maximum de gens pour notre cause et faire rassembler des énergies autour d'elle »

2.2. Les pratique des facebookiens

Les réseaux sociaux et en particulier Facebook constituent « l'image de marques » des « révolutions arabes ». Une grande partie du succès du dispositif communicationnel trouve sa raison dans l'usage de cette technologie par les différents protagonistes dans le champ de la confrontation. La présence des réseaux sociaux dans ce combat s'articule sur trois éléments ; la mise en place des groupes amis, l'identification et l'action. Explication :

Pour la mise en place des groupes d'amis, les facebookiens s'appuient sur plusieurs mécanismes ; la notoriété supra-numérique d'une personne pour fonder une groupe actif. Ceci s'articule sur des individus qui viennent d'autres champs (politique, médiatique, culturel, etc.) et ramène leur package avec eux pour le mobiliser dans le nouveau champ médiatique à savoir ; les réseaux sociaux. Dans ce registre, il y a le facebookien égyptien Wael Ghonime qui est le représentant de la firme Goolge au Moyen Orient et qui devenu pendant la « révolution égyptienne » un symbole singulier qui a mobilisé les foule derrière lui. Sur un autre registre, il y a également les fecebookiens qui se fabriquent aux seins d'un réseau social par

leur position et attitude qui se radicalisent ou qui critiquent sévèrement les pouvoirs en place. De toute manière, la stratégie de la mise en place des groupes d'amis au sein des médias sociaux (Facebook et Twitter) a montré son succès dans la mobilisation des internautes et leur regroupent autour d'une cause comme nous souligne Zahi, facebookien tunisien de 20 ans :

« Dans ma page de Facebook, il y a de tout ; vidéo, image et information ... mon but est de ne pas laisser le régime nous traiter comme des délinquants et de faire montrer notre cause à tout le monde »

Pour le deuxième élément qui est l'identification, nous pouvons dire qu'elle s'articule sur le message même du groupe. Autrement dit, sur le contenu choisi et véhiculé par les « les amis ». Et là il y a la fameuse phrase de McLuhan « *le médium c'est le message* » trouve sa pertinence. Dans un deuxième temps de l'identification, l'internaute dépasse le stade de la reconnaissance du message au stade de l'adhésion qui se concrétise par l'appartenance au groupe comme membre actif ou au moins comme sympathisant passif par le suivi et l'implication dans le dispositif même s'il n'y a pas de rentrée concrète dans le mouvement.

L'adhésion de l'internaute dans la ligne directrice d'un quelconque message signifie qu'il se reconnaît dans ce que dit une telle page de Facebook et que son identité électronique déborde son identité réelle car il n'est plus nommé X ou Y et il n'est plus résident

dans un tel endroit mais plutôt un internaute attaché à cette page et ce qu'elle contient. Le facebookien ne s'identifie pas par « *je suis* » mais par « *j'aime* » dans une déclinaison par le goût qui efface les références socioculturelles au profit d'une complicité au sein de sa propre génération (Dagnaud, 2011, p. 32) et dans le cas des « révolutions arabes », il est le manifestant contre le régime syrien ou le protestataire contre les politiques du Caire à l'instar de ce que font les autres internautes de sa génération.

Enfin, il y a l'action qui consiste à mettre en œuvre des stratégies sur le terrain et sur ce point les facebookiens (actif ou passif) investissent le terrain de la lutte par de différents modes ; des rassemblements, des marches, distributions des tracts, la diffusion des images (vidéo ou photographie). Cela peut être illustré par le cas de Djalal Brik et son succès qu'un internaute de diffuser ses messages en mode vidéo qui portent ses opinions et ses commentaires à l'encontre des armées et son commandement et qui ont fait réagir l'opinion publique tunisienne autour cette affaire⁽²⁾.

Dès lors et par un petit rappel : nous avons élaboré l'hypothèse de cette recherche sur l'idée selon laquelle les « révolutions arabes » ne sont pas le résultat du seul le facteur communicationnel représenté dans ce cas là par les nouveaux médias (les réseaux sociaux). Dans la continuité de cette idée nous allons essayer dans les deux points suivants de démontrer les éléments qui laissent penser qu'Internet est la cause principale des « révolutions arabes » et ensuite mettre en

lumière les facteurs qui milite pour l'idée selon laquelle ces « révolutions » sont le fruit de plusieurs éléments complexe et divers.

3. Les éléments qui font penser qu'Internet est la cause des « révolutions arabes »

Les réseaux sociaux ont joué un rôle important dans le déroulement des « révolutions arabes » ce qu'a laissé penser que ces dernières sont le fruit de ceux-ci. Dans ce sens, il y a deux éléments qui font émerger cette impression. Ils sont d'ordre médiatique et politique.

3.1. La configuration du champ de médiation

Les « révolutions arabes » ont donné naissance à une reconfiguration du champ de la médiation des événements de contestation dans plusieurs pays. Elle se manifeste sur plusieurs registres dont la création des rapports de coopération indirecte entre médias classiques et nouveaux médias, la consécration des pratiques électroniques comme des genres journalistiques indépendants (le blog), etc. Explications :

Par exemple, il y a le blog qui a remis en cause le journalisme traditionnel dans certains pays arabes et commence dorénavant à jouer un rôle plus important dans la vie politique. Dans ce sens, les pratiques de la blogosphère et bien d'autres dans l'espace arabe peuvent redéfinir les sources et les méthodes qu'utilisent les personnes et les collectifs pour échanger et évaluer les nouvelles au-delà de l'emprise des médias classique. Dans cet esprit, le blog « *est à*

l'origine de nouveaux modèles et de nouvelles technologies qui sont en train de refondre la production de l'information sur l'environnement numérique puisqu'il s'agit d'un forum interpersonnel et intellectuel d'interaction et de production de savoir » (Doueïhi, 2011, p. 105). Cette nouvelle refondation du contenu informationnel offre aux nouveaux acteurs, les blogueurs en l'occurrence, de nouveau positionnement dans le champ médiatique. Ainsi, ils peuvent acquérir d'autre rôle social comme expert, observateur, etc. A ce stade là, il est important, par exemple, de signaler la présence dans les médias de nombreux blogueurs égyptiens comme des experts des affaires égyptiennes dans le JT de TV5 Monde le 11 février pour commenter le discours du président Moubark à la veille de son départ du pouvoir.

D'un point de vue communicationnel, « les révolutions » arabes ont réorganisé les rapports entre les différents producteurs du flux informationnel car désormais ce n'est pas les grand médias qui détiennent le monopole de la diffusions des nouvelles et n'ont plus l'exclusivité de médiatiser seuls les événements. Comme l'explique un fecebookien, les téléspectateurs semblent abandonner leurs postes de télévision vers une autre destination. Interrogé par un journaliste, un individu égyptien confirme que dorénavant « ce n'est pas moi qui regarde la télévision mais plutôt la contraire c'est elle qui me regarde⁽³⁾ ».

Sur une grande partie des « révolutions » c'est les réseaux sociaux et les terminaux mobiles qui offrent aux publics les news de ce qui se passe. Sous l'emprise du gouvernement, la chaîne de

télévision tunisienne *Tunis 7*⁽⁴⁾. n'assure pas le droit de l'information à leurs concitoyens et ses journaux télévisés n'évoquent guère les marches des contestataires dans les rues tunisiennes. En Egypte, la chaîne *Al Masriya* suit le même modèle. Les manifestants de place *Tahrir* ne cachent pas leurs mécontentement de leurs télévision nationale et hurlent « *Al kadib Al hassri Ala télévision Al massri*⁽⁵⁾ ».

Dans cette rupture flagrante entre les téléspectateurs et leurs télévisions, le contrat qui relie les deux parties et qui concrétise le pouvoir des corporations médiatiques sur les publics semble résilier et par conséquent ses derniers semblent se libérer de toute emprise télévisuelle sur leur destin.

Les rapports entre les médias sont eux aussi touchés par les répercussions des « révolutions arabes ». Dans ce registre, nous enregistrons un nouveau phénomène médiatique qui consiste à faire des nouveaux médias des sources premières de news. Il est devenu banal de voir et d'une manière constante sur la chaîne *Al Jazeera* ou autres des images tournés par des amateurs et empruntés d'un blog ou d'une page de *Twitter*. Cette pratique explique une tendance de coopération entre la télévision et le réseau social dans les échanges des nouvelles (information ou image). C'est dans ce contexte qu'interviennent les nouveaux médias en tant qu'alternative qui offrent aux publics assoiffés aux nouvelles une offre de news diversifiée.

3.2. La configuration du champ politique

L'implication des nouveaux médias dans la vie politique durant les mouvements de contestation de l'espace arabe a influencé considérablement l'action politique dans certains pays de la région. Cette influence montre encore une fois les échanges des rapports de force entre les différents protagonistes et par conséquent la manipulation du pouvoir entre les mains des uns et des autres. Dans ce contexte, nous observons l'exercice du pouvoir par les acteurs des nouveaux médias (blogueur et facebookien) sur le champ de la politique. Explication :

Dans le premier gouvernement transitoire tunisien qui a été formé après la chute du régime du président Ben Ali, il y a un blogueur qui est nommé au poste de secrétaire d'Etat à la jeunesse. Cette nomination explique le rôle important qui a joué les internautes dans « la révolution du Jasmin » et qui est reconnue par la suite par le pouvoir public par cette intégration au cabinet ministériel. Il s'agit ici d'un processus de *connaissance* et de *reconnaissance* (Bourdieu, 2002) de la part de l'acteur politique de l'internaute et de lui accepter dans le champ politique au tant qu'acteur. Un autre exemple et cette fois-ci de l'Egypte où le conseil militaire qui a pris le pouvoir après la chute du régime a communiqué des informations sur sa volonté politique de partir sur sa page Facebook et non pas par la télévision. De ce fait, il paraît que les facebookiens sont réussis à s'imposer dans le champ politique et imposer leur nouveau média comme un nouveau

pouvoir de communication. Cette infiltration dans le monde politique touche pratiquement toutes ses facettes.

Un célèbre blogueur libyen a été tué par les forces du régime dessous au début de la guerre dans son pays. Cette protagoniste, fort activiste par sa parole et son image sur le Web, est tué parce qu'il est considéré comme un acteur a part entière dans les jeux du pouvoir et du positionnement dans le champ politique et n'est plus vue pas les acteurs de son champ (le gouvernement ou l'armée) comme un simple amateur du Web qui s'amuse à boguer sur la Internet mais comme un professionnel du média qui constitue un danger pour le régime en place.

Il a perdu son statut d'amateur pour devenir homme de propagande (Flichy, 2010, p.58). Là également, Les réseaux sociaux ont montré leur percé dans le champ politique et leur lutte a finie par mettre en conflit leur pouvoir et le pouvoir politique.

Dans la configuration politique, il y a l'imposition des internautes leur mode de communication dans le déroulement des « révolutions ». Dans ce sens, il y a un exemple très intéressant. Il s'agit de « l'Armée numérique syrienne » qui est institution autonome, réelle et active sur Facebook et qui a pour rôle principale combattre les facebookiens protestataires⁽⁶⁾.

Cet exemple illustre parfaitement l'idée de Bourdieu sur « *le champ* » (2002) et montre comment le régime syriens investie le champ du nouveau média par une corporation spécialisée dans les

attaques des blogueurs. Cette stratégie évoque la lutte entre deux protagonistes dans le champ des médias numérique pour la domination et pour s'imposer et avoir une place et ne pas laisser le champ au seul adversaire. Le même exemple démontre aussi le concept de Foucault du discours lorsqu'il le signifie comme une appropriation des outils de l'autre pour les combattre avec leurs propres armes. En effet, l'usage de l'armée syrienne du Facebook pour lutter contre les facebookiens est signifiant car il vise à les combattre par leur propre arme. Mais il n'y pas que cela, il y aussi le concept du pouvoir qui se manifeste dans cet exemple. Il s'agit du positionnement du régime syrien dans le champ de la lutte. Et comme le pouvoir n'est pas un objet acquis mais un positionnement qui tisse des relations et dirige des actes parce que en agissant ainsi, les autorités syrienne s'offre une existence sur Facebook.

4. Les « révolutions arabes » ne sont pas facebookiennes

Dans le point précédent, nous avons expliqué comment les « révolutions arabes » peuvent être l'œuvre de Facebook et ses compagnies. Maintenant, nous allons essayer de mettre en lumière les facteurs qui nous laissent dire que ces « révolutions » sont le produit de plusieurs éléments et ne sont pas le résultat de seuls les nouveaux médias.

4.1. Le recours aux grands médias

Le recours aux grands médias dans les grands moments signifie que les nouveaux médias n'ont pas encore en mesure d'être le

premier acteur dans le champ communicationnel et que l'exclusivité reste toujours entre les mains de la télévision. Dans « les révolutions arabes », plusieurs exemple illustrent parfaitement cette constatation et défend l'idée selon laquelle l'audiovisuel reste la maître du jeu dans les articulations des rapports entre communication et politique. Ainsi, la fameuse déclaration de l'ancien président égyptien Hosni Moubarak du 12 janvier 2011 et selon laquelle il doit annoncer son départ ou son maintien au pouvoir a été diffusée sur la chaîne égyptienne *El Masriya*⁽⁷⁾ et reliée par plusieurs stations dans le monde. Egalement, Aicha El Kadhafi, la fille de l'ancien leader libyen a accordé en exclusivité à la *France 2*⁽⁸⁾, une chaîne publique française, sa déclaration destinée au français et au monde après le début des frappes de l'Otan sur son pays. Toujours dans la même logique, il y a les messages du Kadhafi d'après la chute de Tripoli sont diffusés sur la chaîne syrienne *Ar Raye*.

Tout ces exemple et bien d'autre témoigne du poids que dispose le Télévision comme medium dans les moments grave dans la vie de l'humanité et que Internet n'est pas encore arrivé à acquérir cet agora. Dans ce recours aux grands médias, il y a deux remarques à faire et qui concerne le choix de télévision comme outil du pouvoir et comme un dispositif discursif. Pour la première remarque, et dans tous les exemples cités au-dessus, les politiques ont choisis la télévision comme outil du pouvoir qui est dans leurs mains et qui les maîtrisent parfaitement. L'importance de ce choix réside dans le fait que ce medium est conçu dans ces cas comme leur propre champ de lutte à

l'inverse d'Internet qui est le champ des « révolutionnaires » et par conséquent il est important dans leur stratégie de guerre de mener les affrontements dans un terrain connu et maîtrisé. Donc, il s'agit de question de manipulation du pouvoir. Pour la deuxième remarque, il s'agit bien d'un choix d'un discours. Ceci s'explique par le poids important que dispose la télévision dans le système communicationnel. Donc le discours télévisuel reste toujours le dominant sur les autres médias nouveaux et classiques.

4.2. La crédibilité d'Internet

Malgré tout ce qu'a été évoqué, les réseaux sociaux et les blogues souffrent toujours et en particulier dans l'espace arabe de la question de la crédibilité. L'un des exemples les plus frappant est le drame anecdotique d'une blogueuse syrienne qui a été enlevé par les autorités de son pays parce qu'elle est homosexuelle selon son blog *A Gay Girl in Damascus*. Cette information diffusée sur Facebook et Twitter a pris une grande ampleur même dans les grands médias et au niveau international⁽⁹⁾. quand tout-à-coup le monde découvre que la fameuse blogueuse n'existe pas et il s'agit tout simplement d'un internaute américain étudiant en Ecosse qui s'amusait à se faire passer par une fille⁽¹⁰⁾.

Cette histoire évoque d'une manière claire le problème dont souffre Internet globalement qui est la crédibilité où la frontière entre la réalité et le l'imaginaire est floue. En effet, la question de la véracité est un souci majeur pour tous les médias mais elle reste, pour le Web,

un enjeu de taille car elle constitue le sens de l'existence même du contenu numérique dans la mesure où elle veut se différencier des autres médias qualifiés par leur homogénéité communicationnelle. Et dans l'espace arabe, cette problématique de véracité et notamment dans les produits des réseaux sociaux représente un élément important qui joue un rôle vital dans la crédibilité non seulement des contenu diffusé mais la crédibilité même des acteurs qui sont derrière ledit contenu. Pourquoi ? Parce que les réseaux sociaux en général et dans l'espace arabe en particulier se présente comme alternative aux grands médias, qui ont perdu en Occident leur aura et en Orient leur public.

Donc, pour les protagonistes, de Facebook et ses compagnie dans l'espace arabe, la vraie question est ne pas comment dire ou quoi dire mais surtout la question de dire la vérité et par conséquent voir qui dit la vérité. En effet, la crédibilité des jeunes internautes et leur action dans la chose politique en tant qu'acteur est conditionnée par la crédibilité de leur parole véhiculée par le biais leur diffusion numérique.

Conclusion:

En concluant cette recherche, nous pouvons confirmer l'idée selon laquelle les réseaux sociaux ne sont pas la seule raison des « révolutions arabes » et que les médias électroniques n'ont pas fait « les printemps arabes » par la simple diffusion du flux informationnel, par le partage des vidéos des événements sanglants ou par l'appel à manifester ici ou là, etc. Au-delà de cette principale observation, il y a d'autres remarques qui méritent d'être signaler :

Les chutes des différents régimes dans quelques pays arabes ne trouvent pas ses origines dans ce qu'ont fait les médias électronique mais plutôt dans d'autres facteurs notamment politiques. Les exemples qui illustrent ceci sont multiples. La chute de la *Jamahiriya* a pour cause l'intervention militaire de l'Otan au pays, le départ de Ali Saleh et négocié avec les gouvernements et son régime reste en place et pareillement en Egypte ou le Conseil militaire qui gouverne est le produit du président déchu. A partir de cela, il nous semble que « les révolutions arabes » sont loin d'être le fruit de Facebook et que leur finalité n'est toujours pas la même.

La pratique des internautes dans les pays arabes qui consiste à mettre en avant un mouvement de contestation véhiculé par les réseaux sociaux n'est pas une pratique inédite car nous pouvons enregistrer des mouvements similaires qui a connu l'Occident dans plusieurs capitales du monde comme Madrid, Londres, New York et qui est connu sous le nom des indignés. Ses mouvements ont suivi le

même cheminement de ceux des pays arabes sauf à leurs objectifs qui n'étaient pas « la démocratisation de leurs pays » mais des revendications sociales et économiques (Dagnaud, 2011, p.99).

Sur le registre communicationnel, « les révolutions arabes » ont démontré deux réalités. D'abord, les médias classiques (télévision notamment) conservent leurs poids dans le champ médiatique et dans les jeux du pouvoir entre les acteurs politiques. Dans ce sens, nous avons vu l'implication totale, par exemple, d'Al Jazeera et d'Al Arabiya dans tous les conflits et comment ces deux chaînes reflètent dans leurs programmes les attitudes politiques panarabes, respectivement, du Qatar et de l'Arabie Saoudite. Ensuite, il y a les nouveaux médias qui semblent avoir acquérir une nouvelle place dans l'espace arabe et dont ils deviennent un nouveau protagoniste. En effet, les réseaux sociaux et les blogs font désormais partie du système communicationnel dans la région. Néanmoins, leur existence reste fragile et leur action reste limitée en raison de trois facteurs qui ont des rapports avec Internet dans les pays arabes :

- Le premier facteur est de nature technique et concerne l'introduction de l'Internet dans l'espace arabe. Dans ce sens et à l'exception de quelques pays comme les EAU, toute la région souffre de la qualité du réseau Web et cela sur plusieurs stades comme les limites de la connexion ADSL, le non distribution d'Internet sur tout le territoire (uniquement dans les grandes villes), etc.

- Le deuxième facteur concerne le contenu numérique dans la région et qui s'explique par la faible participation des Arabes à l'échelle internationale dans la production de la connaissance via Internet. Dans ce sens, il est important que les pays arabes et les organisations concernées comme l'Alesco à mettre des stratégies d'implantation sur le Toile.

- Le troisième facteur de réglementation qui concerne des aspects économiques comme les droits d'auteur dans le domaine du téléchargement ou les aspects juridiques qui concerne les rapports d'Internet avec les autres acteurs de la société.

En trouvant des solutions pour ces difficultés, Internet dans l'espace arabe globalement et les réseaux sociaux en particulier peuvent devenir un protagoniste incontournable et peuvent ainsi jouer un rôle dans le développement et dans la promotion des droits et des libertés.

Les références

- (1) La mise entre guillemets des énoncés révolution arabe, printemps arabe, etc. et leur usage dans cette étude indique la réserve sur la signification de cette proposition. Il s'agit d'étudier seulement les événements qui se produisent en tant qu'objet communicationnel en laissant les énoncés évoqués auparavant à des études spécialisés en sociologie ou en science politique. C'est pourquoi, dans ce texte, l'utilisation de ce vocable reste appropriée exclusivement aux événements qui ont connus la Tunisie et l'Egypte en début de 2011 et qui ont résulté le départ des deux présidents Zine El Abidine Ben Ali et Hosni Mubarak.
- (2) <http://www.france24.com/ar/20111114-tunisia-jalel-brik-web-videos-youtube-facebook--funs> (22 11 2011).
- (3) Reportage réalisé au Caire, diffusé dans l'édition du JT de 20 heures de France 2 le 11 02 2011. Voir l'intégralité du reportage sur le site <<http://jt.france2.fr/20h/>>.
- (4) *Tunis 7* est le nom de la chaîne gouvernementale en Tunisie. Le numéro 7 fait référence au 7 novembre 1987 la date dont laquelle Zine Ben Ali a réalisé son coup d'Etat et accédé au pouvoir. Après la chute de son régime, la chaîne est rebaptisé *La télévision nationale tunisienne*.
- (5) Le slogan est en arabe égyptien, il signifie littéralement « les mensonges sont diffusés exclusivement sur la télévision égyptienne ».
- (6) Voir les détails sur le site <www.alarabiya.net/articles/2011/10/07/170567.html> (site visité le 19 10 2011).
- (7) Voir le site de la chaîne égyptienne sur <<http://www.egyptv.net/masr/home.aspx>> site visité le 18 11 2011.
- (8) L'interview est sur le site <<http://info.france2.fr/revolutions-arabes/kadhafistes-rebelles-negociations-directes--69472524.html>> site visité le 18 11 2011.
- (9) Le célèbre quotidien newyorkais New York Times s'est intéressé à l'événement. Voir les détails sur

<<http://thelede.blogs.nytimes.com/2011/06/07/syrian-american-blogger-detained/>> site visité le 19 10 2011.

- (10) Voir l'explication du fait bloqueuse sur <<http://www.france24.com/fr/20110613-blogueuse-syrienne-amina-araf-existe-pas-gay-girl-damascus-syrie-etudiant-americain>> site visité le 19 10 2011.

Bibliographie

- (1) Bourdieu, Pierre (2002) *La distinction*, Paris, Les Editions de Minuit.
- (2) Bourdieu, Pierre (2002) *Questions de sociologie*, Paris, Les Editions de Minuit.
- (3) Cardon, Dominique (2010) *La démocratie Internet, Promesses et limites*, Paris, La république des idées et Seuil
- (4) Chantepie, Philippe, Le Diberder, Alain (2010) *Révolution numérique et industrie culturelles*, Paris, La Découverte
- (5) Dagnaud, Monique (2011) *Génération Y, les jeunes et les réseaux sociaux, de la dérision à la subversion*, Paris, Sciences Po. Les presses
- (6) Doueïhi, Milad (2011) *La grande conversion numérique*, Paris, Editions du Seuil
- (7) Foucault, Michel (2003) *Surveiller et punir*, Paris, Gallimard
- (8) Foucault, Michel (1994) *Dits et écrits*, Paris, Gallimard
- (9) Foucault, Michel (1969) *Archéologie du savoir*, Paris Gallimard
- (10) Flechy, Patrice (2010) *Le sacre de l'amateur, Sociologie des passions ordinaires à l'ère numérique*, Paris, La république des idées et Seuil
- (11) Jauréguiberry, Francis, Proulx, Serge (2011) *Usages et enjeux des technologies de communication*, Toulouse, Edition Erès-
- (12) Mattelart, Armand (2004) *La mondialisation de la communication*, Paris, PUF.
- (13) Miège, Bernard (2010) *L'espace public contemporain*, Grenoble, PUG.