
Médias et développements politiques dans le Maghreb et le monde arabe

Cours inaugural des Masters de la Faculté de Communication Blanquerna, Universitat Ramon Llull, le 13 octobre 2011.

Ahmed Ghazali

Ancien Président de l'Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle (Marroc)

From the beginning of 2011, not a day has passed without the media informing us about the events taking place in many Arab countries or the Internet and the blogosphere bringing us the buzz being heard in the Arab world about the revolutionary movements. It is likely that the processes of social change in the Maghreb and in the Arab world, have never before been so widely reported, followed and mediated by the broadcast media —even hyper-mediated— with an abundance of images and coverage, sometimes in real time, and a huge involvement of all of the actors in this coverage mostly carried out by means of the use of new technologies. A wide-scale political dynamic has been created which reaches into all of the public spheres of the Arab world, both those habitual for political and civic society and those that are non-conventional, such as those expressed in the street or on the web. These socio-political movements of revolution, protest and the expression of grievances has taken the world by surprise. The object of this article is to analyze the intertwining of politics and the media in the events taking place.

Depuis les tout premiers jours de cette année 2011, pas un seul ne passe désormais sans que les médias ne nous rapportent l'actualité qui se déroule dans nombre de pays arabes et sans que le Web et la blogosphère ne bruissent et ne répercutent le "buzz" de ces mouvements de révolte qui se font entendre dans le monde arabe. Jamais, probablement, des processus de changement sociopolitiques dans le Maghreb et le monde arabe en tout cas, n'avaient été aussi abondamment rapportés, couverts et médiatisés, voire surmédiatisés, avec foisonnement d'images, de couverture parfois en temps réel et d'implication large des acteurs dans cette couverture à travers notamment les supports électroniques. Une dynamique politique de grande ampleur s'est enclenchée et qui a atteint toutes les sphères publiques dans le monde arabe, qu'elles soient conventionnelles, celles de la société politique et de la société civile, ou non conventionnelles, comme celles qui s'expriment dans la rue ou à travers le web. Ces mouvements socio-politiques de révolte, de protestation et de revendication ont surpris. Analyser l'imbrication du politique et du médiatique dans les développements en

We analyze the political changes, while reflecting on the role of the media in these processes, whether as principal actors in these dynamics or as the object themselves of study. Our objective is to make understandable the phenomena and the complex interactions, both the apparent and the profound ones, in the process of socio-political changes in the Arab world and also the change in the media landscape in these countries

Key words: Arab Spring, regulation, politics of communication, freedom of speech

cours dans le monde arabe est l'objet de cette communication. Nous traiterons de ces changements politiques en réfléchissant sur la place des médias dans ces processus, qu'ils soient donc acteurs dans ces dynamiques ou qu'ils en soient eux-mêmes l'objet. Notre ambition est de rendre intelligibles des phénomènes et des interactions complexes, apparentes et profondes, entre les processus de changement sociopolitiques dans le monde arabe et la mutation que vit le paysage médiatique dans ces pays.

Mots clé: printemps arabe, régulation, politiques de communication, liberté d'expression.

OBJET ET MÉTHODOLOGIE

Depuis les tout premiers jours de cette année 2011, pas un seul ne passe désormais sans que les médias ne nous rapportent l'actualité qui se déroule dans nombre de pays arabes et sans que le Web et la blogosphère ne bruissent et ne répercutent le "buzz" de ces mouvements de révolte qui se font entendre dans le monde arabe. Jamais, probablement, des processus de changement sociopolitiques dans le Maghreb et le monde arabe en tout cas, n'avaient été aussi abondamment rapportés, couverts et médiatisés, voire surmédiatisés, avec foisonnement d'images, de couverture parfois en temps réel et d'implication large des acteurs dans cette couverture à travers notamment les supports électroniques.

Une dynamique politique de grande ampleur s'est enclenchée et qui a atteint toutes les sphères publiques dans le monde arabe, qu'elles soient conventionnelles, celles de la société politique et de la société civile, ou non conventionnelles, comme celles qui s'expriment dans la rue ou à travers le web.

Ces mouvements socio-politiques de révolte, de protestation et de revendication ont surpris. La Tunisie en est un exemple frappant: le premier incident, l'immolation par le feu de Bouazizi, devenu le symbole de ce printemps arabe, non seulement en Tunisie, mais un peu partout dans le monde arabe, est survenu le 17 décembre 2010. Moins d'un mois un après, le 14 janvier 2011, l'ancien

Président tunisien quitte le pays, signant par là même sa chute et la fin d'une dictature qui durait depuis près d'un quart de siècle.

L'ancien Président égyptien, Hosni Moubarak, a chuté en l'espace de 18 jours exactement. Brusques, ces mouvements le sont assurément, au point que l'on a parfois le sentiment, en tant qu'observateurs, que ce sont des processus qui ne sont pas tout à fait aboutis même s'ils ont pour la plupart débouché sur des conséquences considérables, comme on l'a constaté en Tunisie, mais aussi en Egypte, en Libye ou en Syrie.

Si ces processus ont eu de tels échos, des échos agissants, politiquement et socialement, un peu partout, mais plus particulièrement dans l'aire géographique qui nous intéresse, le monde arabe en général et le Maghreb en particulier, c'est essentiellement parce qu'ils ont été relayés de manière sans précédent par les médias et provoqué, à travers la Toile, un échange pour le moins inédit dans cette partie du monde.

Dans les manifestations et les sittings de protestation, comme à la Place Attahrir du Caire, la présence des médias était souvent réclamée par les manifestants eux-mêmes, intuitivement persuadés que le succès de leur combat se joue autant dans la rue que sur les écrans. Les "directs" des "chaînes tout info" depuis la Place Attahrir sont dans toutes les mémoires, parfois des "directs" sans commentaire, traduisant et restituant avec force la volonté des manifestants et leur exigence d'un changement de régime politique. Lorsque les massacres d'opposants en Libye se sont mis à éclipser des antennes les autres mouvements de contestation, des manifestants à Sanaa, au Yémen, avaient réagi par une banderole en forme d'appel au secours: "Où est Al-Jazeera?".

L'implication des médias dans ces dynamiques de changement et de revendication politiques se traduit aussi par le fait que leurs premières conséquences ont concerné les médias eux-mêmes, car ils ont fait l'objet de décisions importantes ou de refonte fondatrice de régimes, de statuts et de cadres juridiques inédits.

Analyser l'imbrication du politique et du médiatique dans les développements en cours dans le monde arabe est l'objet de cette communication. Nous traiterons de ces changements politiques en réfléchissant sur la place des médias dans ces processus, qu'ils soient donc acteurs dans ces dynamiques ou qu'ils en soient eux-mêmes l'objet.

Notre ambition est de rendre intelligibles des phénomènes et des interactions complexes, apparentes et profondes, entre les processus de changement socio-politiques dans le monde arabe et la mutation que vit le paysage médiatique dans ces pays. Pour ce faire, nous tenterons de saisir les répercussions les plus immédiates et les plus saillantes des changements politiques sur l'évolution de la pratique démocratique mais aussi sur les reconfigurations des paysages médiatiques des pays concernés, l'objectif visé par cette communication étant de rendre compte des recompositions en cours dans le champ politique et médiatique arabo-maghrébin, en privilégiant l'analyse des processus politiques et de leurs déclinaisons sur le paysage médiatique.

Pour ce faire, une mise en contexte est nécessaire et elle fera l'objet de la première partie, de notre communication, dans laquelle nous rappellerons brièvement les contextes, tant politique et social que médiatique, préexistants, afin

d'identifier les éléments qui se sont conjugués et entre-mêlés pour cristalliser les revendications et produire le changement.

En deuxième partie de notre propos, nous reviendrons sur les lignes de force globales de ces développements sociopolitiques en évoquant leur ampleur et surtout la gamme de changements qu'ils ont produits ou à tout le moins initiés.

Nous nous arrêterons en troisième partie de cette conférence inaugurale sur la jeunesse du monde arabe, acteur essentiel de ces changements, en analysant sa nouvelle pratique des médias et en examinant l'hypothèse que les réseaux sociaux, réceptacles à travers le web de l'échange et du débat, mais aussi pratiqués comme canaux de communication, seraient les supports d'une repolitisation de la jeunesse et de sa ré-implication dans la res publica.

Nous concluons avec une analyse prospective de la portée de ces changements sociopolitiques et médiatiques: tendance lourde, de fond, ou simplement des effets conjoncturels?

LE PAYSAGE POLITICO-MÉDIATIQUE ARABE: TENSIONS ET MUTATIONS

La première revendication des insurgés qui manifestent un peu partout dans le monde arabe se résume en un seul mot, "démocratie", galvaudé et décliné sous plusieurs formes. Les révoltes de ce qu'il est convenu d'appeler "Le printemps arabe" viennent conclure un long processus de revendication qui n'avait cessé de s'exprimer depuis l'accès des États arabes à l'indépendance. Car, cette indépendance, retrouvée après plusieurs décennies de colonisation, promettait pour tous les peuples la liberté et la démocratie, mais rares sont les pays qui en avaient pris le chemin.

La recomposition du champ politique dans le monde arabe et sa restructuration s'étaient faites autour de deux formes de régime politique: le régime militaire, autoritaire, voire dictatorial et le régime autocratique et despotique. Entre ces deux formes de nature et de fonctionnements différents, se sont établis des régimes hybrides, oscillant entre l'autoritarisme et des ouvertures graduées et contrôlées qui ne sont, en définitive, que des mécanismes et des politiques de conservation du pouvoir. Les ouvertures graduées et contrôlées ont pris la forme d'élections et de la mise en place d'institutions de représentation, nationales et parfois même locales.

Les consultations électorales que le monde arabe a connues ont été systématiquement sans enjeux et, politiquement et institutionnellement, non tranchantes. Plus un simulacre qu'une authentique pratique démocratique, les élections consenties n'ont pas permis l'instauration d'alternances politiques et la constitution de véritables traditions et d'authentique culture du débat et d'exercice de la représentation démocratique.

A des paysages politiques aux enjeux désamorçés et étroitement contrôlés correspondent des paysages médiatiques tout autant contrôlés, surveillés et dans la plupart des cas monopolisés par les pouvoirs en place.

TENTATIVE D'OUVERTURE ET TENTATION DE VERROUILLAGE FACE AUX TENDANCES DE GLOBALISATION MÉDIATIQUE:

Considérés comme des moyens stratégiques d'exercice du pouvoir et de contrôle politique, les médias arabes ont évolué dans une situation de monopole, pour ce qui concerne les médias audiovisuels, et sous un régime de liberté surveillée pour ce qui est de la presse écrite.

LES MÉDIAS ARABES ENTRE LE STATUT DE MONOPOLE QUASI GÉNÉRALISÉ ET LE RÉGIME DE LIBERTÉ SURVEILLÉE

Jusqu'au début des années 1990, le monde arabe ne comptait aucun média audiovisuel privé. Les quelques rares expériences tentées au Liban, mais aussi au Maroc, avec "2M International", chaîne privée et payante, n'ont pas été concluantes. Elles se sont soldées par l'abandon de toute idée de création d'un média audiovisuel privé, économiquement viable et rentable.

L'avènement des premières chaînes satellitaires dans la région du Golfe et du Moyen-Orient ont changé la donne. Les médias arabes transnationaux vont même constituer l'un des rares domaines où les pays arabes, notamment ceux du Golfe, sont les plus avancés, puisque plus de 38% des chaînes satellitaires dans le monde appartiennent à des capitaux arabes, alors que la population du monde arabe ne représente que 5% du total mondial.

Des chaînes privées ont ainsi fait leur apparition, mais avec des statuts hybrides ne leur permettant guère de s'affranchir du contrôle politique exercé par leurs commanditaires ou leurs bailleurs de fonds. Des chaînes de télévision comme Al-Jazeera, sont des exceptions compte tenu de leur statut et des capitaux investis. Ni chaîne étatique ni chaîne privée, Al-Jazeera n'en demeure pas moins liée à la famille régnante du Qatar et organiquement dépendante d'elle.

Certains pays ont procédé à la libéralisation de leur paysage audiovisuel en mettant fin au monopole de l'État et en accordant des licences de radio et de télévision privées. Le Maroc en fait partie. A travers une ouverture progressive du secteur audiovisuel à l'initiative privée, le régulateur marocain, la Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle (HACA), a accordé en 2006 dix licences de radios privées et une licence de télévision satellitaire privée et, lors d'une seconde vague en 2009, de quatre licences de radios privées.

Si la situation de monopole est quasi généralisée pour les médias audiovisuels, il en va autrement pour la presse écrite qui bénéficie théoriquement d'un statut de liberté mais qui demeure politiquement étroitement surveillée. Dans bon nombre de pays arabes, les titres de presse partisane coexistent avec des titres de presse indépendante. Mais tous les médias écrits demeurent des médias de sensibilité, politiquement engagés et porteurs d'une idéologie.

Cette tendance à la politisation se confirme aussi dans le cas des médias audiovisuels dans le monde arabe, comparés avec ceux du reste du monde.

LE PAYSAGE MÉDIATIQUE ARABE AU REBOURS DES TENDANCES GLOBALES: POLITISATION CROISSANTE

Si le paysage médiatique arabe global présente plus d'uniformité que de différence avec les systèmes et les paysages nationaux, il en va tout autrement avec le paysage médiatique global. En Europe et aux États-Unis, l'importance de l'actualité politique a évolué de manière décroissante jusqu'à ce que l'opinion occidentale manifeste dans les années 1990 une désaffection certaine à l'égard des médias d'information. Toutes les analyses et les études de l'évolution de ses préférences et des habitudes de sa consommation des médias montrent que le public occidental privilégie désormais l'information locale de proximité sur l'information internationale et les sujets de société (les *soft news*) sur l'actualité politique (les *hard news*). Contrairement à cette tendance globale, les analystes constatent une politisation persistante, voire croissante des médias arabes. Cette politisation se manifeste à la fois par le poids des «hard news» et par la netteté des clivages éditoriaux qui différencient les médias eux-mêmes les uns des autres. De fait, le paysage médiatique arabe dans son ensemble est largement tributaire de dynamiques politiques. Tous les médias d'information disponibles sont aujourd'hui affiliés à un gouvernement ou à une mouvance politique.

La netteté des clivages éditoriaux, des orientations politiques et des postures idéologiques suggère que les médias du monde arabe mettent pour la plupart en oeuvre des stratégies plus politiques et idéologiques qu'économiques ou commerciales. Cette réalité s'observe aussi bien au niveau des grands médias transnationaux, qui manifestent des différences très marquées dans la couverture des terrains d'affrontement irakien, libanais et palestinien, qu'au niveau des paysages médiatiques nationaux. La politisation des acteurs médiatiques va dans le sens d'un éclatement des paysages audiovisuels et de la cristallisation des clivages politiques et idéologiques.

La pratique journalistique et médiatique dans le monde arabe est ainsi tributaire d'une longue tradition de mobilisation politique. Le journalisme s'est inventé autour de valeurs communes, de nature panarabe, et en ce sens il demeure fortement lié au modèle médiatique partisan. De manière générale, les médias arabes furent dès leurs débuts intimement liés à la politique, d'abord aux pouvoirs coloniaux, puis aux régimes nationalistes et aux nouveaux partis politiques. En dépit de la refonte esquissée du paysage médiatique arabe, "Le Printemps arabe" est de nature à accentuer cette politisation des médias et à accroître leur vocation militante et engagée.

LE "PRINTEMPS ARABE" ET LA RECONFIGURATION DU PAYSAGE MÉDIATIQUE DANS LE MONDE ARABE: DYNAMIQUES ENDOGÈNES SOUTENUES PAR DES LIGNES DE FORCE GLOBALES:

RÔLE DES MÉDIAS AUDIOVISUELS TRADITIONNELS DANS LES PROCESSUS DE CHANGEMENT POLITIQUE: ESPACE PUBLIC ALTERNATIF

Pour certains médias, les processus de changement en cours s'apparentaient à l'aboutissement de quinze années de journalisme entêté, au service des peuples

et non plus de leurs dirigeants. Comme si les révolutions en cours étaient le prolongement de la révolution médiatique, déclenchée en son temps par Al-Jazeera.

Si, dans certains soulèvements, les médias ne sont pas un acteur agissant, comme c'est le cas au Yémen et en Syrie, ils jouent le rôle d'amplificateur. Leur travail a l'effet d'une caisse de résonance. A force de retransmission en "live", de reportages du terrain et de suivi de l'actualité en temps réel du "Printemps arabe", ils ont suscité un effet de mimétisme sur fond de frustrations véritables, qui explique que les révoltes se sont propagées aussi vite.

Certains analystes attribuent à la chaîne Al-Jazeera un rôle plus important que celui des réseaux sociaux dans le déclenchement des révoltes qui secouent le monde arabe. En Egypte, en février dernier, la chaîne est devenue sans surprise, en dépit de la fermeture de son bureau sur place, le relais médiatique du soulèvement des Égyptiens. Lorsque les autorités ont coupé le réseau Internet, c'est Al-Jazeera qui a perturbé la stratégie de communication du régime finissant de Hosni Moubarak.

Le succès d'Al-Jazeera, l'intérêt et même la passion qu'elle suscite auprès des publics arabophones s'expliquent par sa manière novatrice de traiter l'actualité mais aussi par le professionnalisme de ses procédures de travail, alignées sur les standards internationaux. En donnant la parole aux oppositions dans les pays arabes pour commenter les "vérités officielles", Al-Jazeera a offert aux téléspectateurs de véritables débats contradictoires, un genre de programme jusque-là inédit sur un grand média arabophone. La diversité des intervenants, au regard de leur nationalité —parfois même des commentateurs non arabes, Européens, Nord-américains ou Asiatiques livrant leurs analyses des processus de changement— de leur sensibilité idéologique et politique comme de leur lieu de résidence, a permis la circulation des idées et des points de vue, abolissant les frontières nationales et contournant toutes les censures.

Ce mouvement de fond dans le paysage médiatique arabe transnational a été esquissé dans les années 1990, avec l'avènement des chaînes satellitaires. Construite sur le modèle de la BBC britannique, la chaîne Al-Jazeera a été dotée dès l'origine d'une marge de manoeuvre et de moyens, parfois considérables, qui lui ont permis de gagner en crédibilité et en audience au fil des événements qu'elle a couverts, comme les guerres en Afghanistan, en Irak, au Liban ou les crises qui agitent le terrain israélo-palestinien. Que Moammar Kadhafi interrompe son discours pour répondre à sa couverture en temps réel des événements en cours dans son pays est un signe de la force et de l'influence de ce média.

Les grands médias arabes, notamment les télévisions "tout info", comme Al-Jazeera et, dans une moindre mesure Al-Aarabiya, ont participé d'une manière décisive à la formation d'un espace public arabe transnational. Structuré par des chaînes de télévision satellitaires et des journaux pan-arabes, auxquels s'ajoutent, Internet, les blogs et les réseaux sociaux, cet espace est devenu le lieu où se forment les opinions et où se forment et s'acquièrent les préférences politiques à propos de toutes les affaires qui concernent la région.

Dans cet espace, le poids des opinions publiques est à tout le moins pris en compte, en tant que tel, quand il n'est pas carrément privilégié au détriment des élites arabes, gouvernantes, ces élites vivant le rôle joué par les grands médias ara-

bes comme une intrusion dans leurs affaires internes et une dépossession de leur capacité de communiquer avec leurs citoyens.

Ce pluralisme, lié à la multiplication des moyens d'information transfrontaliers lancés par des États concurrents, aussi bien l'Arabie-Saoudite (Al-Arabiya), que les États-Unis (Al-Horra) ou l'Iran (Al-Alam), a abouti à une configuration politico-médiatique inédite dans laquelle se superposent une sphère médiatique pluraliste relativement libre et des régimes politiques nationaux autoritaires. Ce paradoxe, cette contradiction, accentués par l'influence de plus en plus grandissante de chaînes comme Al-Jazeera, ont maintenu sous pression des pouvoirs et des régimes très désarçonnés par cette circulation de l'information. La maturation des processus de changement politique dans le monde arabe doit beaucoup à cette tension entre un ordre politique figé, dépassé et isolé et un ordre médiatique, avatar de la globalisation en marche, émancipé et ouvert.

En raison de l'absence de structures partisanes et syndicales de médiation, de socialisation et d'apprentissage de la démocratie et du débat public; et vu le caractère souvent artificiel de l'existant, les grands médias transnationaux, avec leurs déclinaisons sur la Toile, se sont transformés en espace public alternatif, en "scène politique de substitution".

La couverture "engagée et militante" des révoltes arabes par les chaînes de télévision transnationales a ses limites et ses contradictions. Le traitement par Al-Jazeera des soulèvements en Libye et au Yémen, tout comme son appui à l'intervention militaire de l'Organisation du Traité de l'Atlantique Nord (OTAN) ont été dénoncés comme une immixtion dans les affaires internes des pays arabes. L'absence de l'opposition du Qatar ou même de l'Arabie-Saoudite de ses écrans, sa "retenue" à propos des événements au Bahreïn et son peu de critiques de l'intervention des forces saoudiennes et de leurs alliés dans ce royaume de Bahreïn sont interprétés comme une volonté de préserver le statu quo dans le Golf, le soustrayant ainsi délibérément de toute dynamique de contestation et de changement.

En ultime analyse, les médias traditionnels, et notamment les chaînes de télévision transnationales, ont joué un rôle central dans les processus de changement sociopolitiques en cours dans le monde arabe. Ils ont accompagné et facilité les changements mais ils n'en sont pas à l'origine. Les manifestations et le mécontentement des populations du monde arabe ne datent pas de ce début 2011. D'autres facteurs, économiques, sociaux et démographiques, ont été primordiaux: des situations de pauvreté et d'injustice auxquelles étaient confrontées des populations globalement jeunes, plus éduqués et ouvertes sur le monde.

RÔLE SPÉCIFIQUE DES NOUVEAUX MÉDIAS DANS LES DYNAMIQUES DE CHANGEMENT EN COURS

Les médias traditionnels, notamment les télévisions d'information continue, impliquées dans la couverture de la révolte qui secoue le monde arabe, ont eu recours aux nouveaux supports (Facebook, YouTube et Twitter) comme un moyen de contourner la censure, les arrestations, la confiscation de matériel et les expulsions dont les journalistes font rituellement l'objet.

Les grands médias transnationaux, à l'instar d'Al-Jazeera, ont créé un "nouvel écosystème médiatique", avec des milliers de cameramen amateurs éparpillés dans le monde arabe. Il a même été constaté qu'au plus fort du "Printemps arabe", la plupart des "exclusivités" des grandes chaînes d'information venaient des nouveaux médias.

Certains réseaux numériques, comme le suédois "Bambuser.com", ont joué un rôle non négligeable dans la mobilisation des citoyens dans les pays arabes concernés et se sont même substitués aux médias traditionnels de couverture. Le réseau "Bambuser.com" permet en effet de diffuser gratuitement des séquences vidéo en direct à partir d'un smartphone, doté de caméras et de micro-intégrés. Ce réseau suédois a été particulièrement actif en Égypte depuis déjà la fin de l'année 2010. Le jour des élections législatives du 5 décembre 2010, le réseau a reçu près de 10.000 vidéos qui tentaient de montrer les fraudes commises par le pouvoir. En janvier, les manifestants ont utilisé "Bambuser" pour montrer l'ampleur du soulèvement avec des retransmissions en direct de qualité suffisante, permettant aux images d'être relayées par les grandes chaînes de télévision.

Au-delà de leur rôle en tant que médias de couverture et de diffusion, les nouveaux supports ont contribué par leur nature même et la spécificité de leur fonctionnement à cristalliser la contestation et la remise en cause des régimes politiques en place. Car, à la différence des télévisions, on peut contourner le contrôle étatique via Internet. Facebook, Twitter et les "smart-phones" ont eu un rôle multidimensionnel, déterminant dans l'amplification de la dynamique de changement dans le monde arabe et la diffusion de son actualité. Tenter de bloquer ces moyens ou les neutraliser, comme cela a été fait en Égypte, par exemple, c'est l'assurance de fragiliser un peu plus sa légitimité. Lorsque la Libye de Kadhafi l'a fait, ce blocage a été interprété comme l'action désespérée d'un régime agonisant.

La prise en compte de certaines données objectives nous oblige cependant à ne pas surestimer la contribution des nouveaux médias aux processus de changement politique dans le monde arabe et à la remettre ainsi dans ses dimensions réelles et nuancées. Tout le monde n'a pas accès à internet dans le monde arabe. Si le taux de pénétration dépasse 50% dans les pays du Golfe, c'est en raison d'un revenu par habitant sensiblement élevé. Ailleurs dans le monde arabe, seule une minorité est connectée (40% au Maroc, contre 33% en Tunisie et seulement 20% en Syrie), toute la population ne sait pas lire et encore moins tenir un blog. Les médias traditionnels ont été d'importants relais et caisses de résonance et ont apporté une visibilité à de nouveaux leaders d'opinion et permis également la libération de certains blogueurs.

GAMME DES CHANGEMENTS POLITICO-MÉDIATIQUES SUSCITÉS PAR LE "PRINTEMPS ARABE": RUPTURES RADICALES SUBIES ET CHANGEMENTS PROGRESSIFS CONSENTIS

Les monopoles, exercés notamment sur les médias audiovisuels, ont de facto volé en éclats, sous nos yeux, quand on a vu les images de l'actualité tunisienne, égyptienne, libyenne et syrienne sur les écrans du monde entier et souvent à l'initiative d'acteurs autres que les acteurs publics officiels, en l'occurrence des associations,

des mouvements informels de la société civile, des forums de citoyens ou de simples individus. Jusque-là les seules sources à traiter des processus de changement et de transformation que les pays du Maghreb et du monde arabe avaient connus, les “médias officiels” avaient été, à partir de ce début 2011, dépossédés de ce monopole de la couverture, de la production du sens et de la diffusion de l’image et relégués au rang de médias suspectés de toutes les compromissions.

LE “PRINTEMPS ARABE”, UN TOURNANT POUR LES MÉDIAS TRADITIONNELS

Les médias du Maghreb mais aussi de tout le monde arabe se singularisent par l’existence d’une sphère partagée, rendue possible par l’existence d’une langue commune, transcendant les États et les publics nationaux.

Les événements du “Printemps arabe” sont un tournant pour les médias de ces pays, voire un point de non-retour. Déjà la revendication de médias pluralistes, libres et impartiaux, consubstantielle même aux revendications politiques, est en passe d’être satisfaite. Des premiers changements ont eu lieu, en Tunisie, en Egyptel. Des préludes à des changements profonds se mettent en place en Algérie. Le renforcement de la liberté des médias et le parachèvement de la libéralisation du paysage audiovisuel se confirment au Maroc à travers des évolutions juridiques, institutionnelles et professionnelles. En matière d’accès des différents courants de pensée et d’opinion aux médias audiovisuels, déjà assuré depuis la mise en place d’un régulateur en 2002, mais aussi en matière de contenu, la tendance est au renforcement du pluralisme, de la diversité, avec des programmes d’information, notamment politiques, authentiquement pluralistes et plus ouverts.

Il est maintenant admis que les médias dans le monde arabe ne peuvent plus avoir le même statut et fonctionner selon les mêmes procédés, antérieurs au déclenchement du “Printemps arabe”.

En Égypte

Les processus de changement politique de 2011 dans le monde arabe ont annoncé le retour de l’Égypte, émancipée de la tutelle paralysante de l’ancien Président Moubarak, dans le jeu médiatique arabe, ce qui constituera probablement le principal événement dans la région au cours des années à venir.

Tahrir TV (du nom de la Place du soulèvement égyptien), Channel 25, CBC, Modern Horreya (Liberté moderne), El Beit Beita (Cette maison est la tienne): depuis la chute de Hosni Moubarak, les nouvelles chaînes de télévision fleurissent sur le satellite NileSat. Dix-huit en tout, si l’on compte la toute dernière LTB. Certaines émettent déjà depuis plusieurs mois. A l’origine de cet engouement qui vient enrichir une offre déjà abondante de chaînes satellitaires, privées pour la plupart: la levée des procédures, foncièrement sécuritaires, en vigueur sous le régime de Hosni Moubarak. Désormais, le feu vert des services de sûreté de l’État n’est plus nécessaire et les capitaux d’investissement exigés sont moins importants qu’avant.

Ces nouvelles chaînes fonctionnent de manière plus ou moins efficace et pérenne et ont réussi, pour plusieurs d’entre-elles, à gagner des parts du marché

publicitaire égyptien. Cette tendance a été très marquée pendant le mois du ramadan, une période où les entreprises, notamment de produits de grande consommation, et les annonceurs en général investissent beaucoup.

En Tunisie

L'impact immédiat du changement de régime sur le paysage médiatique en Tunisie a été la mise en place d'une instance qui préfigure une instance de régulation des médias, chargée de réfléchir sur la réforme de l'information et de la communication en Tunisie, l'Instance nationale de réforme de l'information et de la communication (INRIC).

Le paysage médiatique tunisien a vu l'arrivée de nouveaux supports, avec une centaine de publications de presse écrite, une dizaine de licences accordées pour de nouvelles stations de radio et quatre avis favorables pour des chaînes de télévision.

Quant aux changements de cap et de pratique journalistique, ceux de la télévision ont été les plus remarquables. En vingt-quatre heures, "Nesma TV" est passée de chaîne de divertissement à une chaîne d'information; l'ancienne chaîne officielle "TV7", devenue "La nationale", a troqué sa couleur d'habillage mauve contre la couleur rouge nationale, en signe d'adhésion au nouveau patriotisme tunisien; et "Hannibal TV" a pris une tonalité plus populiste que populaire. Cependant, cette télévision *new look* est aussi l'objet de polémique: on reproche aux chaînes de favoriser le sensationnel au détriment de l'information pertinente et de tenter de se racheter par rapport à leur mutisme coupable d'avant la chute de l'ancien régime, le 14 janvier 2011.

Dans cette refonte des médias, Internet, après avoir joué le rôle de révélateur des attentes du public et comblé les déficits en matière d'information du public durant les émeutes populaires de janvier, se distingue aussi des autres supports par une libération plus accrue de la parole. Désormais, les citoyens, devenus journalistes, s'expriment de plus en plus, au risque de créer parfois une certaine cacophonie où information et désinformation rivalisent de rapidité de circulation et de propagation. La révolution labellisée "2.0" a ancré des habitudes que de nouveaux médias professionnels rééquilibreront en créant un modèle économique original avec des levées de fonds et des appels au soutien de la société civile plutôt qu'à la publicité.

Dans les pays qui connaissent des processus de changement politique que nous avons qualifiés de "basse intensité", on s'oriente vers des changements médiatiques initiés et pilotés par les États et les gouvernements en place.

En Algérie

Secouée brièvement par la vague de soulèvement et de protestation qui a submergé tous ses voisins de l'est, la Tunisie, la Libye et l'Égypte, l'Algérie a finalement été épargnée, mais sans pouvoir pour autant ignorer la revendication qui s'est exprimée un peu partout dans le monde arabe pour la mise en place de médias libres et indépendants.

Pour satisfaire à cette revendication, mais sans doute aussi pour contenter son environnement régional et international, le gouvernement algérien vient d'annoncer la préparation d'une privatisation partielle de la télévision. Constitué

de cinq chaînes de télévision, appartenant toutes à l'État, le paysage médiatique algérien ne compte aucun média audiovisuel privé. Le projet de nouvelle loi sur la communication qui a été présenté au Parlement ouvre le secteur des médias audiovisuels à la concurrence et projette de mettre en place un régulateur qui organisera et arbitrera cette nouvelle configuration du paysage audiovisuel algérien. L'ouverture du secteur des médias audiovisuels au privé sera néanmoins limitée, le gouvernement voulant en garder le contrôle.

NOUVEAUX MÉDIAS ET NOUVELLES INTERACTIONS SOCIOPOLITIQUES DANS LE MONDE ARABE

Il est évident que les changements politiques intervenus en Tunisie par exemple, ont eu un écho partout dans le monde arabe, renforcé par le sentiment de communauté de destin (les manifestations de soutien au soulèvement tunisien scandaient à l'unisson: "On est tous des Bouazizi"), d'appartenance à une communauté arabomusulmane, des sentiments favorisés surtout par l'existence d'une langue commune. Ce sentiment d'appartenance, "d'arabité", ne date assurément pas de Facebook et encore moins de Twitter, même si l'on constate qu'à travers ces réseaux, les utilisateurs, des citoyens arabes en l'occurrence, tissent des liens d'un pays à l'autre en étant connectés en temps réel. Dans la dynamique actuelle de changement politique transarabe, le premier ciment qui lie les populations est qu'elles vivent toutes, dans des conditions économiques et sociales difficiles, sous des régimes politiques autoritaires. D'où ce sentiment de solidarité, parfois agissante, qui s'exprime à travers la Toile en faveur d'un tel pays (la Tunisie, un certain temps, puis l'Égypte, la Libye et maintenant la Syrie) ou d'un tel mouvement (le mouvement "Kifaya", en Égypte, bien présent sur la Toile lors de la campagne électorale de décembre 2010).

S'agissant du cas de l'Égypte, ce pays de 80 millions d'habitants compte selon les dernières statistiques connues, 24 millions de personnes connectées à internet, dont près de 5,45 millions de comptes Facebook, 300.000 comptes Twitter et 250.000 blogs. C'est suffisant pour relayer efficacement des informations et assurer à tout mouvement social ou politique une résonance allant bien au-delà de ses propres frontières.

Les nouveaux supports agissent désormais comme des moyens qui contribuent à la restructuration et à la reconstruction du champ politique de bon nombre de pays arabes. Dans l'arborescence des forums, blogs et autres plates-formes de partage, plusieurs sujets sont abordés: les régimes politiques en place dans les États arabes, les réformes qui sont exigées et revendiquées, les scandales qui ont marqué ou qui marquent encore l'exercice du pouvoir dans plusieurs pays, la dénonciation du népotisme, du clientélisme et de la tentation de dictature et d'exercice solitaire ou familial et clanique du pouvoir. Les réseaux sociaux s'érigent au sein de l'espace public et notamment dans sa sphère politique parfois en voix d'opposition au pouvoir, véhiculant ainsi un contenu dénonciateur, briseur de tabous, caractérisé par un ton impertinent et tribunitien.

Ce type de posture a des limites de nature avant tout déontologique qui font des réseaux sociaux un "relais populiste" d'opinion et d'information. Les nouveaux supports, se prêtant facilement à la manipulation et à certains usages aux

motivations inavouables et contestés, prolongent ce que les sociétés produisent comme animosité à l'égard du politique, dénigrements et rumeurs. Certains supports, comme les plates-formes de partage de vidéos, sont devenus de véritables officines de dénonciation, de règlements de comptes et des chambres d'accusation sans aucun contre-pouvoir et sans possibilité, pour ceux qui en sont les victimes, de se défendre. Il est à rappeler que l'utilisateur et le consommateur de ce type de supports est considéré comme un simple point de chute d'un contenu, qu'il soit image ou texte, c'est à dire qu'il le consomme sans être toujours bien outillé pour le nuancer et le mettre en perspective.

LES NOUVEAUX MÉDIAS ENTRE “LOGIQUE DE REPRÉSENTATION” ET “LOGIQUE DE CONTENU”

Plus que ce qu'ils véhiculent, les nouveaux supports mettent en avant ce qu'ils représentent et c'est ainsi qu'ils sont reçus dans l'opinion.

Cette dichotomie, ce paradoxe met en évidence la logique dans laquelle les nouveaux supports s'inscrivent, qui est d'abord une logique de “représentation” avant d'être une logique de “contenu” ou de qualité de ce contenu. Ces forums, blogs et sites d'information et de vulgarisation se considèrent avant tout représenter le public auquel ils s'adressent et donc disposer de toute la légitimité de parler en son nom et de s'adresser à lui. La préoccupation de répondre aux besoins du public et de s'adresser à lui avec des contenus correspondant à la logique de la demande et des attentes semble passer au second plan. Le souci premier des nouveaux supports et des réseaux sociaux c'est de vouloir “représenter” un ou plusieurs segments du public arabe, avant de s'occuper des contenus à leur offrir.

De ce fait, les contenus proposés se structurent souvent autour de genres, de thématiques et parfois de supports linguistiques qui manquent de cohérence éditoriale, de spécificités et qui, en dernière analyse, ne répondent pas aux besoins spécifiques de leurs publics. Avant d'être des producteurs et des diffuseurs de contenu, les nouveaux supports de communication sociale qui empruntent Internet se considèrent comme des représentants d'un public ou de franges de la population.

LA NOUVELLE PRATIQUE DES MÉDIAS DANS LA JEUNESSE ARABE

En 2010, une personne sur deux (1 sur 2) a moins de 30 ans dans le monde arabe qui compte 22 pays. Dans cette région du monde, les jeunes lisent de moins en moins les journaux, utilisent rarement la radio comme source d'information, regardent beaucoup la télévision (60% des jeunes arabes la considèrent comme le média le plus crédible) mais utilisent massivement Internet, notamment dans ses fonctions de support de communication et de moyen d'accès aux autres médias. En 2010, ce sont 80% des jeunes des pays arabes âgés de 18 à 24 ans qui utilisent Internet tous les jours et 60% d'entre eux font partie d'un réseau social, notamment de Facebook, ce qui marque une hausse de 28% par rapport à 2009. Le “réseautage social” est un usage d'Internet très répandu et populaire en Irak (usage

principal chez 83% des internautes) et en Égypte (chez 72% des internautes). Ce sont 18% de ces jeunes qui tiennent un blog personnel, soit une hausse de 13% par rapport à 2009. En l'espace d'un mois, entre janvier et février 2011, les jeunes utilisateurs arabes de Facebook ont progressé de 2% au Bahreïn, de 9,1% en Tunisie, de 6,7% en Égypte et de 6,6% en Algérie.

Cette hausse montre que la révolution numérique a profité aux catégories jeunes de la population arabe. Plusieurs faits observés peuvent expliquer les motifs de cet engouement, dont notamment: d'une part, la généralisation des technologies numériques (équipement et accès) et, d'autre part, les caractéristiques intrinsèques des supports eux-mêmes, qui sont pratiques, de plus en plus multifonctionnels et d'usage facile. Avec de telles caractéristiques, les nouveaux équipements favorisent "l'appropriation et l'adoption sociales" de ces supports, parfois nomades, au sein des espaces privés que sont les chambres des jeunes utilisateurs ou parfois même leurs poches.

Par rapport aux autres médias et à leur évolution, internet est le média le plus dynamique de ces dernières années. Ce constat se caractérise notamment par:

- une augmentation des taux d'équipement et d'accès;
- une augmentation du nombre d'utilisateurs;
- une augmentation du nombre de connexions;
- une augmentation de la durée d'utilisation;
- une multiplication des supports d'accès;
- une augmentation des lieux d'accès.

Les raisons de ce succès s'expliquent en partie par la quantité de services disponibles et des thématiques traitées, les uns et les autres correspondant à des publics et des cibles variés.

La nature d'internet, en tant que média, véhiculant du contenu, et non seulement comme support ou "tuyau", est en adéquation avec les nouvelles habitudes de consommation et les nouveaux usages des médias qui s'installent de plus en plus chez les jeunes. La compatibilité technique et la complémentarité des usages incitent les jeunes à multiplier et à superposer leurs pratiques médiatiques et communicatives; c'est le phénomène du "multi-tasking". Le "multi-tasking": c'est une consommation "cumulative" et combinatoire des médias, une pratique qui se substitue à un mode de consommation principalement "séquentiel", c'est-à-dire média par média. Internet est le média où l'on observe le plus de duplication avec au moins un autre média.

De part ses déclinaisons, Internet est un média de synthèse (écrit, son, image) qui se substitue progressivement ou à tout le moins partiellement —et chez le public des jeunes en particulier— aux médias classiques: désormais, sur internet, on lit le journal, on écoute la radio et on regarde la télévision. C'est aussi le support de toute la communication sociale (réseaux sociaux, messagerie instantanée, envoi de SMS, blogs, forums, sites de partage...) qui devient l'un des principaux usages d'Internet.

Internet est une illustration archétypale du "média chaud" qui suppose une implication accrue de l'utilisateur et donc l'alternation de son statut: l'internaute est à la fois émetteur, récepteur, producteur, intermédiaire et modérateur de la com-

munication sociale qui emprunte le Net. Avec ce dernier, le schéma classique de la communication linéaire n'est plus pertinent et n'opère donc plus dans l'analyse des rapports de communication qui empruntent les nouveaux supports et notamment internet. A des rapports unidirectionnels entre l'émetteur et le récepteur se substituent des rapports interactifs et alternés.

Les jeunes internautes sont devenus des producteurs de contenus personnalisés, de médias personnels et donc de ce que l'on désigne par "cultures expressives" (discours, témoignages, créations de textes, d'images, de sons, de blogs, de forums...). Ces dispositifs participent au maintien d'une forme de communication sociale quasi continue avec la communauté de leurs amis réels ou virtuels.

De point de vue de la communication, les blogs sont des dispositifs d'auto-publication qui apparaissent comme des espaces d'expression de l'identité personnelle et sociale. Les blogs de la catégorie des jeunes internautes sont des supports utilisés par leurs jeunes créateurs comme un outil de communication collective qui permet de recevoir une certaine forme de reconnaissance sociale de la part des amis ou d'autres jeunes inconnus, et même de négocier sa place au sein de groupes d'appartenance. Remplissant diverses fonctions auprès des jeunes utilisateurs —support d'expression et de créativité, miroirs de l'image de soi et des identités multiples, exutoires potentiels, lieux de transgression sociale et culturelle (contenus, langage)—, ces moyens modernes de communication offrent d'abord un plein sentiment de liberté et de maîtrise et renforcent l'estime de soi. Ils permettent également aux jeunes usagers d'interagir dans la communauté de leurs pairs et de recevoir de façon immédiate des signes de reconnaissance et d'intégration au sein des groupes d'appartenance.

Les nouveaux usages du média Internet, que ce soit par leur contenu, la forme du discours produit ou les modalités d'échange, apparaissent comme autant de phénomènes de société que de nouvelles façons de vivre de la jeunesse. Certaines de ces pratiques donnent lieu à des phénomènes sociaux et culturels qui, parfois, suscitent la réprobation de la société et de ses institutions. Internet est en train de changer la communication sociale du jeune public regroupé en communauté. Sur ce support, les règles du jeu social et culturel sont bouleversées, plus implicites sans en être pour autant moins codifiées et contraignantes. En effet, ce média nécessite la maîtrise de nouveaux codes, de nouvelles compétences, d'autres savoirs plus informels, de savoir-faire techniques et sociaux inédits et surtout de nouveaux savoir-être.

Internet, comme "média chaud" et interactif par excellence, impacte le lien social plus que tout autre média et constitue, à ce titre, le support principal d'une repolitisation des jeunes du monde arabe.

LES JEUNES, LA POLITIQUE ET LES RÉSEAUX SOCIAUX: PROCESSUS DE "REPOLITISATION"

Quelque 200 blogueurs arabes se sont retrouvés il y a quelques jours en Tunisie pour débattre du "cyberactivisme" et du rôle politique des réseaux sociaux, pour la première rencontre de ce genre depuis le déclenchement du "printemps arabe". La troisième "rencontre des blogueurs arabes" —les deux rencontres précéden-

tes s'étaient tenues à Beyrouth en 2008 et 2009— avait pour thème principal le rôle des cyberactivistes en période de transition démocratique. La plupart des blogueurs invités à Tunis ont été impliqués dans les révolutions tunisienne, libyenne et égyptienne. Ils se sont retrouvés dans le but de développer des réseaux de solidarité et de coordination et d'action commune. Le forum a abordé également des thèmes tels que l'implication des blogueurs dans la vie politique, notamment en Tunisie même où sept d'entre-eux sont candidats à l'élection qui se déroulera dans 10 jours, exactement le 23 octobre, le rôle de "Wikileaks" dans le printemps arabe et la fiabilité des informations circulant sur Facebook ou Twitter. La tenue de ce forum signifie que l'on assiste à une repolitisation de la jeunesse du monde arabe, un temps désintéressée des affaires de la cité et plus préoccupée par des soucis générationnels et de centres d'intérêt catégoriels.

Loin d'être un simple épiphénomène, l'implication de la jeunesse dans les manifestations du "Printemps arabe" et sa participation à l'expression publique de mécontentement, de revendications et de positionnement, portent en elles-mêmes des indicateurs sur la pérennité de ce phénomène.

Que ce soit dans la rue ou sur la blogosphère, les jeunes citoyens sont des acteurs de premier plan de tout le processus de changement politique que traverse le monde arabe. Ils se sont appropriés les causes qui ont fait descendre leurs aînés dans la rue et font désormais entendre leur voix un peu partout, du Maroc (le "Mouvement du 20-Février"), à la Jordanie, en passant par la Tunisie, l'Égypte et l'Algérie. Le rôle d'Internet et notamment de la blogosphère opère comme un processus de repolitisation de la jeunesse arabe après une phase de dépolitisation qui était à l'oeuvre depuis plusieurs années. Préoccupés par la recherche de débouchés professionnelles et d'une entrée réussie sur le marché du travail, la préoccupation de nature strictement politique avait cédé la place à des soucis plus individuels que collectifs.

"Le Printemps arabe" remet en question cette logique en remettant la politique au coeur des préoccupations des populations en tant que déterminant, influant aussi sur les préoccupations d'ordre social et professionnel. Le réengagement des jeunes dans la vie politique est constaté un peu partout dans les pays concernés par le soulèvement des populations, à travers les partis politiques, les syndicats, les associations citoyennes, les forums d'action civique et tous les cyberespaces.

Né le 15 juin 1948 à Tafraout, **Ahmed Ghazali** obtient en 1987 un doctorat d'État en Droit Privé et exerce depuis 1992 comme Professeur de l'Enseignement Supérieur à la Faculté de Droit à Rabat. Successivement Directeur du Cabinet du Ministre des Droits de

l'Homme (1993-1996), Directeur du Cabinet du Ministère de la Justice (1997-1998) et Secrétaire Général du Ministère de la Justice, Ahmed Ghazali est nommé Président de la HACA le novembre 2003. Il vient de finaliser son mandat le mois de mai 2012.