

# **De la socioculture des TIC**

---

---



# **Pour une approche communicationnelle des TIC dans le Monde Arabe**

*Sadok Hammami*

Ce texte est une contribution à l'élaboration d'une approche communicationnelle des Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) dans les sociétés arabes. En ce sens, l'interrogation sur les conditions d'une telle approche est essentielle, si on se place dans le cadre des pratiques dominantes des Sciences de l'information et de la communication (SIC) dans le monde arabe (Cf.Hammami,S.2005). Un regard critique sur cette pratique préciserait mieux l'intérêt de cette approche communicationnelle. En effet, ces pratiques de recherche dominantes chez la majorité des chercheurs appartenant aux SIC ont historiquement minoré, voire, méprisé, l'importance des débats et des réflexions épistémologiques et théoriques. La faiblesse des positionnements épistémologiques se reflète dans les productions dominantes marquées par une préférence pour les modèles positivistes, un intérêt presque exclusif pour l'étude des contenus et des effets et la prédominance des discours d'expertise. La précarité de la recherche universitaire et les opportunités qu'offre la demande institutionnelle

---

ont avantagé d'autre part les études aux dépens des recherches, pour reprendre une distinction très utile de Dominique Wolton (1997 : 79).

L'élaboration de nouvelles questions théoriques dans le cadre d'une approche communicationnelle est liée aussi au dépassement de ce que nous appelons le positionnement identitaire dominant qui amène les chercheurs arabes à considérer les savoirs occidentaux sur les médias et la communication comme incompatibles avec nos réalités trop spécifiques pour être analysées à partir de modèles théoriques qualifiés d'«étrangers». A cette revendication récurrente d'un « savoir arabe authentique » échappe souvent le modèle positiviste et techniciste. Utilisé de façon inconsciente, considéré comme «neutre», ce modèle est supposé décrire de façon instrumentale le fonctionnement des médias et de la communication<sup>1</sup>. Or, « en procédant à la manière des sciences empirico-analytiques de la nature, ce paradigme abstrait complètement l'échange social du contexte historico-culturel qui lui fournit son arrière plan normatif et représentatif. Pour compenser cette abstraction, il est contraint d'invoquer des besoins et des fonctions, c'est-à-dire de présupposer une continuité fonctionnelle entre les sujets sociaux et les systèmes de communication... Dans une telle approche, la recherche consiste soit à rapporter les caractéristiques du message aux attributs spécifiques de son émetteur (objet de l'analyse de contenu), soit à évaluer son influence sur le destinataire dans une problématique psychosociologique de formation de l'opinion et de changement des comportements»(Quéré, L. 1982 : 23 - 24 ).

Les pratiques et les savoirs dominants sur les médias et la communication se caractérisent donc dans le monde arabe par un déficit de réflexion théorique, une préférence pour les modèles technicistes et positivistes, un positionnement identitaire et des thématiques du contenu et des effets. Les réflexions sur les TIC n'échappent pas à ces caractéristiques. Elles sont rares, ignorent les usages sociaux, exploitent des modèles quantitativistes et abordent la communication et les TIC à partir de problématiques partielles.

Notre contribution s'articule autour de deux problèmes théoriques importants qui constituent une entrée intéressante pour

---

observer d'un point de vue communicationnel la complexité du procès d'insertion sociale et culturelle des TIC dans les sociétés arabes. Ces deux problèmes indiquent des pistes de recherche qui nous semblent urgentes à explorer. Le premier concerne les discours de légitimation des TIC, dont l'analyse permet de comprendre les modalités de leur diffusion sociale et les différentes formes de leurs appropriations sociales. Le second se rapporte aux liens des TIC à la communication médiatisée publique et plus généralement à la problématique de l'espace public..

## **1. Insertion sociale et légitimation des TIC**

L'analyse des formes de légitimation des TIC renvoie à leurs représentations culturelles qui s'incarnent dans des discours de toutes sortes. Ces derniers conditionnent le processus de formation des usages sociaux des TIC. Ces représentations peuvent être saisies à partir de ce qu'appelle Philippe Breton « les discours d'accompagnement » qui constituent « un ensemble d'énoncés caractérisés par le fait qu'ils sont tenus dans l'espace public et sont formés des commentaires extérieurs d'une technique, son emploi, le contexte et les conséquences de son usage » ( Breton, P. 2002 : 7 ). Les discours d'accompagnement sont « complexes, riches et déterminants ». Ils peuvent avoir des effets sur l'histoire d'un objet technique et sur son usage. L'exemple de la « Société de Communication » constitue selon Philippe Breton un cas intéressant pour l'analyse des modalités d'influence des discours d'accompagnement. Il montre comment ces discours se constituent en lieu de débat idéologique et politique, producteur de sens social et facteur qui conditionne les usages sociaux de la technique. Selon Philippe Breton « Ce thème de la société de la communication constitue bien une des composantes actuelles, fortes, du discours d'accompagnement des nouvelles technologies. D'un côté, il constitue un lieu de débat à la fois idéologique et politique dans l'espace public, et d'un autre côté, ce discours joue un rôle majeur de production de sens social et conditionne en partie l'appropriation de ces technologies et

---

notamment d'Internet par le public. Jamais par exemple la spéculation boursière, qui a pris pour support la nouvelle économie dans les années 2000 et 2001, n'aurait pu avoir une telle emprise (et avec des aspects aussi irrationnelles) sans la force de persuasion d'un discours d'accompagnement qui prédisait à court terme une modification en profondeur du lien social liée à Internet et donc un succès inéluctable des valeurs financières attachées à cette nouvelle offre technique»(ibid ).

D'autre part, la diffusion des discours d'accompagnement est complexe en fonction des cultures, des pays et des milieux sociaux. Enfin les discours d'accompagnement sont de différentes sortes : informatif (discours journalistique de vulgarisation technique ou qui explique les enjeux de société des TIC), promotionnel (discours publicitaires des marques), normatif (critique, technophobe, technophile), littéraire (fictions cinématographique ou littéraire).

Les discours d'accompagnement ont, selon Josiane Jouët, ( 2002 : 23 ) un effet prescripteur et influencent le processus de formation des usages. «Les enquêtes sur les usages sociaux de l'informatique, d'Internet, des télécommunications mobiles, entre autres, témoignent du poids de ces discours qui sont repris et énoncés par le public. Le thème de l'inéluctabilité ressort inmanquablement et la diffusion des TIC est perçue comme un impératif mondial (...). De fait les études sur les usages montrent que ces derniers se construisent, du moins dans un premier temps, autour des thèmes développés par les médias et les publicités. Les usages marginaux et innovants dans la sphère privée demeurent rares à côté de la majorité des usages conformes aux prescriptions d'utilisation et aux modèles diffusés. Les discours jouent donc un effet déclencheur d'une part dans l'adoption des TIC (décision d'équipement et apprentissage) et, d'autre part, dans l'élaboration des formes d'utilisation. Cependant, la construction sociale des usages est un processus long et, au fil des mois, les usages évoluent et s'autonomisent».

L'analyse de ce qu'appelle Dominique Carré (2005 : 65 - 73 )

---

les « productions discursives » sur les TIC permettent de dégager, d'un autre côté, les « normes d'action communicationnelle » qui se constituent dans les différentes phases de diffusion sociale des TIC : mise en marché, production d'usages... : « Les discours prédictifs, d'anticipation, d'accompagnement ou d'injonction jouent indéniablement un rôle important dans le processus de mise en marché et de diffusion des TIC en préparant les esprits au changement ou en favorisant le développement ou la production de futures usages ». L'approche communicationnelle, à travers l'étude de ces normes, permet, selon Dominique Carré, « d'identifier le statut, le rôle et la fonction de la communication dans les modes de diffusion (régulation) et de rendre visible les orientations idéologiques, culturelles et organisationnelles sous-jacentes ».

L'analyse des effets des discours d'accompagnement sur les TIC et leurs usages sociaux doit aussi tenir compte du contexte culturel dans lequel se constituent ces usages. Les analyses précédentes relèvent tous les liens entre ces discours de légitimation et l'univers culturel, social et idéologique dans lequel ils agissent. Dans ce sens, l'hypothèse que nous proposons pour comprendre les modes de légitimation des TIC dans les sociétés arabes repose sur l'analyse des liens des discours d'accompagnement sur les TIC à la représentation historique de la modernité occidentale, de ses modèles politiques et sociaux et de ses valeurs culturelles. Cette représentation fonctionne comme un imaginaire social et culturel qui produit un mode d'interprétation de la communication, des médias et des TIC.

Depuis les premiers frémissements de ce qu'on appelle la Renaissance arabe (Nahda), la modernité occidentale est soumise à une interprétation qui distingue sa composante matérielle, c'est-à-dire les sciences et les techniques, de sa composante normative, c'est-à-dire les valeurs (individualisme, liberté, démocratie, égalité...). Analysant l'attitude des premiers intellectuels musulmans face à la modernité occidentale, l'historien tunisien Hichem Djaït ( 2005 : 253 ) considère

---

« qu'incontestablement, le consensus de tous les horizons de pensée était qu'Islam, civilisation et progrès ne faisaient qu'un, qu'il fallait cependant surmonter la décadence, ressentie comme une chute et aller dans le sens du progrès... » . Le phénomène de la modernité n'a pas été ainsi pensé « en termes de rupture avec le passé, mais en termes de renouement avec le passé, non pas en termes de progrès, mais en termes de renaissance, donc, au bout du compte, en termes magiques ou mystiques » ( ibid : 244 ).

Dans la sphère de la communication et des médias, cette vision conciliatoire entre progrès technique et valeurs et identité arabo-musulmanes autorisera l'intégration et l'acceptation des techniques de communication (institutions, supports, techniques, méthodes de production et de diffusion des contenus) en tant que composante matérielle nécessaire à la Renaissance arabe et le refus des nouvelles valeurs, pratiques et attitudes sociales que génèrent la communication et les médias. Les nouveaux usages sociaux qui se construisent autour des médias sont soumis, à l'instar des aspects normatifs de la modernité, à l'impératif de l'adéquation avec « l'identité authentique de la nation ». Cette interprétation de la communication procède en fait du paradigme de la « modernisation conciliatoire » ou de la « raison conciliatoire », selon l'expression du politologue tunisien Hamadi Redissi : l'emprunt des aspects matériels de la modernité occidentale et le rejet de ses valeurs. Les techniques (et donc les médias et les TIC) sont perçues comme un élément d'un héritage universel et neutre, auquel ont participé toutes les civilisations<sup>2</sup> : « La raison conciliatoire ratisse large : conjuguer les temps (le passé et le présent), croiser les structures et harmoniser les cultures (la modernité et la tradition). L'islam, dans l'ensemble, a rejeté l'alternative de l'occidentalisation et du classicisme : deux thèses contraires, toutes deux fausses, en ce qu'elles veulent, chacune, disposer de la totalité du réel. De ce point de vue, tout se passe comme si l'opposition avait été comprise comme relevant de ce que Kant appelle l' « opposition des subcontraires » : chacune des prétentions rivales est vraie, mais sous un certain rapport. On

---

admettra l'occidentalisation dans certaines sphères de la vie, de l'économie ou de la science, et le classicisme dans le domaine de la foi ou du politique, par exemple. Hilary Putnam donne joliment à cette logique le nom de « comptabilité à deux entrées » : elle consiste à confier les questions techniques à la science, tandis que la culture est soumise à un tribunal différent » ( Redissi, H. 2004 :.37 )

La désoccidentalisation de la technique (séparer la technique du contexte civilisationnel qui l'a engendré) constitue le fondement même d'une interprétation de la communication qui procède d'une lecture de la modernité qui distingue les techniques et les valeurs. L'emprunt des médias et des TIC est soumis à cette condition : extirper de la technique les valeurs potentiellement contradictoires avec l'identité. D'une certaine manière, « la raison conciliatoire » sépare ce qu'appelle Dominique Wolton la source normative de la communication, de sa source fonctionnelle, confie la première à l'identité et la deuxième aux exigences du progrès matériel : « par communication normative, il faut entendre l'idéal de la communication, c'est-à-dire la volonté d'échanger, pour partager quelque chose en commun et se comprendre. Le mot norme ne renvoie pas un à impératif, mais plutôt à l'idéal poursuivi par chacun... par communication fonctionnelle il faut entendre les besoins de communication des économies et des sociétés ouvertes tant pour les échanges de biens et de services que pour les flux économiques, financiers ou administratifs » ( 1997 : 17 ). En désoccidentalisant la technique, « la raison conciliatoire » soumet la définition du contenu normatif de la communication au « tribunal » culturel. Les tensions culturelles liés à la diffusion des techniques de communication se situent ainsi au niveau de ce « triangle infernal » que constituent « l'identité, la culture et la communication », selon l'expression de Dominique Wolton ( 2005 : 20 ), dans la mesure où les TIC ne se présentent pas uniquement comme de simples techniques « fonctionnelles » mais aussi comme vecteurs d'une nouvelle sociabilité célébrant les valeurs d'ouverture, de liberté, d'égalité, d'émancipation etc.<sup>3</sup>

---

En ce sens, comprendre le procès de légitimation des TIC dans les sociétés arabes, c'est aussi resituer la représentation de la communication et de ses techniques dans les tensions de la modernisation et du rapport à la modernité. Dès lors et chaque fois que la communication échappe à cette interprétation identitaire de la modernité, elle est stigmatisée comme vecteur de désordre culturel. La communication est absorbée par cette « exception islamique » que Hamadi Redissi formule ainsi : « l'islam s'exclut par l'identité ! L'islam veut se moderniser sans s'occidentaliser, s'occidentaliser sans s'acculturer et s'acculturer sans se démocratiser ... » (Op.Cit. : 13 ) En ce sens L'islam est « l'un des derniers « types anthropologiques », sinon le dernier à résister à cet « héroïsme de la raison », dont parle Husserl, qui incite les non-Européens à s'eupéaniser... » ( ibid : 17 ) . Ainsi « l'insertion islamique dans les temps modernes a accouché d'une modernité ambivalente, entre tradition revisitée et modernité éclectique ; on a affaire à un islam blasé qui n'apprend que ce qu'il sait déjà, ruminant le dehors sans pouvoir le digérer. Cet entre-deux n'est pas spécifique à l'islam, il n'est plus à condamner sans appel... mais il marque l'ultime résistance de l'islam à se laisser normaliser par la civilisation planétaire »(ibid. : 20 ). La communication est elle aussi, prisonnière de ce qu'appelle Hichem Djaït « un gigantesque conflit intérieur »( 2005 : 15 )

Les discours dominants sur les TIC dans les sociétés arabes, analysés à partir de leurs liens aux tensions de la modernisation et du rapport à la modernité, constituent de ce point de vue un champ très intéressant pour observer les modalités empiriques de l'actualisation, dans le champ de la communication, du paradigme de la « modernisation conciliatoire », en tant qu'univers culturel au sein duquel se forme la prescription d'usages sociaux. On peut dans ce sens distinguer trois types de discours dominants sur les TIC. Ils sont intimement liés au paradigme de la « modernisation conciliatoire », malgré leurs différences apparentes et la diversité des élites qui les portent. Ces discours coexistent dans l'espace public, ne s'opposent pas et parfois même s'interpénètrent.

---

- *Les TIC, vecteurs de développement* : Les TIC se présentent dans le discours politique et médiatique comme vecteurs de modernisation de l'Etat (éducation, administration, santé...) et de la société. Elles sont censées créer des opportunités pour les entreprises, améliorer l'accès au savoir et la compétitivité des entreprises et même assurer un « raccourci technologique » permettant aux sociétés arabes de rattraper leur retard sur les nations avancées. Les stratégies gouvernementales en matière de TIC sont d'ailleurs une thématique essentielle des discours sur la modernisation de l'Etat et de la société. Ce discours sur les TIC s'intègre harmonieusement dans une vision de l'Etat comme agent d'une modernisation « maîtrisée » de la société, parce qu'elle n'est pas synonyme d'occidentalisation. Porté par des élites techno-administratives et économiques et par les médias (ingénieurs, décideurs politiques, managers, journalistes), ce discours de type fonctionnel est techniciste (croyant dans la capacité des techniques à engendrer, selon une vision programmatique, les effets positifs recherchés), informatif et promotionnel. Il n'est donc pas surprenant qu'il soit dominant dans les sociétés arabes, quelques soient les dissemblances des régimes politiques. La thématique dominante de la « fracture numérique », qui réduit la problématique des TIC à des aspects techniques liés à l'accès, à l'équipement et à l'infrastructure caractérise ainsi les débats publics sur les TIC.

- *TIC et libertés politiques* : Les TIC émergent aussi dans des discours politiques, comme revendication générale de type « juridique » réclamant des médias pluralistes. L'extension de la gestion autoritaire des médias aux TIC explique la montée de la contestation de la censure. Mais ce discours, tout en exigeant des médias libérés de la tutelle de l'Etat, intègre souvent la thématique d'une société de l'information respectueuse des valeurs identitaires. Dans ce discours aussi, les valeurs de la modernité liées aux TIC (relations sociales moins hiérarchiques, autonomie de l'individu, liberté, espace public élargie à l'expression individuelle, démocratie directe et interactive) sont presque absentes. En ce sens, cette revendication de type juridique qui réclame la liberté d'information

---

étendue à l'Internet ne s'oppose pas à l'impératif de la sauvegarde des valeurs identitaires. Elle est même appréhendée dans son harmonie avec l'identité.

- *TIC, occidentalisation et identité*: La communication et les TIC font aussi l'objet d'un discours normatif qui n'est ni utopique (technophile), ni technophobe mais moraliste qui perçoit les médias et les TIC comme vecteur potentiel d'occidentalisation de la société, mais sans pour autant les rejeter et les interdire. Cette représentation identitaire condamne les effets néfastes de l'Internet ou de la télévision sur les « valeurs culturelles authentiques de la société ». La télé réalité, les chaînes musicales, le chat, la télévision satellitaire sont stigmatisés comme les formes d'une « modernisation superficielle ». Ce discours qui s'incarne aussi dans une dénonciation plus radicale à la fois culturelle et religieuse est normatif parce qu'il édicte les règles et les valeurs culturelles qui doivent organiser la communication médiatisée. Se référant à l'islam, comme croyance et mode de vie, et à l'héritage culturel arabo-islamique, ce discours dénonce, recommande, prescrit et interdit des usages. Soumettre l'Internet au tribunal de l'illicite et du licite, de l'identité et des valeurs authentiques constitue aussi une manifestation d'une attitude intellectuelle que favorise le paradigme de la modernisation conciliatoire.

- *L'Internet selon une vision « islamique »*: Désoccidentaliser, prescrire et interdire. Les chercheurs ont relevé l'usage massif des TIC par les mouvements intégristes, mais ils ont négligé les discours de leur légitimation à partir d'une perspective identitaire et idéologique fondamentaliste et traditionaliste. Ce sont pourtant ces discours qui expliquent, en partie, cet usage. Ces discours peuvent être distingués en deux catégories. D'abord, des fatwas (avis religieux) prescrivant des usages licites et interdisant des usages illicites. Ces fatwas, tout en énonçant les normes islamiques d'usage, apportent des réponses à des problèmes concrets qu'affrontent les musulmans. Les thématiques sont nombreuses et variées : chat sur Internet, SMS, etc.<sup>5</sup> Ensuite des discours à caractère général prétendant présenter le point de vue de l'islam par rapport aux TIC en général. Ils sont souvent tenus par des

---

fuqahas (théologiens) et des prédicateurs qui énoncent une « vision islamique » de la modernité technique. Ces théologiens et prédicateurs agissent dans l'espace médiatique arabe, sur les nombreuses chaînes thématiques religieuses ou sur les chaînes généralistes privées ou publiques.

Cette seconde catégorie de discours peut être illustrée par le cas du prédicateur et théologien égyptien Youssef Al Qardawi qui a consacré dans le cadre du programme « la Charia et la vie »<sup>6</sup> qu'il anime sur la chaîne Al - Jazira une émission entière à « l'islam et les usages de l'Internet ». Youssef Al Qardawi rappelle que ces technologies n'exigent pas un jugement pour elles mêmes ou pour ce qu'elles sont, mais pour leurs usages « Quand on pose la question de l'Internet, dit-il, nous devons nous interroger sur ses utilisations. Si on utilise le réseau pour la corruption morale, le sexe et le libertinage, et pour l'incitation à la discorde entre les gens, l'Internet devient illicite ». Tout en rappelant qu'il a été parmi les premiers initiateurs du « Web islamique », Youssef al-Qardawi considère que l'Internet doit renforcer la prédication pour l'islam et promouvoir ses messages et ses valeurs (en tant que religion universelle), d'autant plus que le réseau est un média libre qui n'est pas soumis au contrôle des Etats. L'Internet est donc un moyen important dans la logistique de la prédication.

Ce discours n'a pas eu uniquement comme conséquence de prescrire des usages conformes à l'Islam et d'alimenter un dispositif de contrôle des usagers - internautes (sommés de respecter les valeurs islamiques) mais il a complètement déculpabilisé l'usage de l'Internet par les mouvements intégristes, favorisant ainsi son utilisation massive comme moyen d'action idéologique et politique. Le « web islamique », terme signifiant un nombre croissant et varié de sites web islamiques est non seulement considéré comme une preuve de l'adéquation de l'Islam à la modernité mais il est aussi perçu comme une sphère qui permet aux musulmans du monde entier d'intégrer une sorte de communauté virtuelle libérée des

---

contraintes géographiques et nationales artificielles, antinomiques de la Oumma, comme nation universelle(Cf.Roy, O . 2000). Et signe de son appropriation avancée par les milieux traditionalistes et intégristes, l'Internet provoque des controverses au sein même la communauté des théologiens. Le phénomène des « fatwas on line », ces avis religieux portant sur tous les aspects de la vie que publient les sites web dits islamiques, est en effet au cœur de batailles autour des formes historiques et traditionnelles de médiation religieuse. Se posant comme médiateurs assurant le travail nécessaire de la lecture des textes, de l'interprétation de la modernité et de l'orientation des musulmans dans la vie sociale moderne, les théologiens découvrent que l'Internet déstructure leurs propres institutions, met en danger leur monopole de médiation et favorise l'émergence de pratiques nouvelles qu'ils assimilent à une véritable « anarchie théologique ».

Le discours théologique sur les TIC constitue aussi un corpus intéressant pour analyser ce que nous avons appelé l'interprétation de la communication s'appuyant sur le paradigme identitaire qui légitime des modes spécifiques de réappropriation des TIC à partir d'une lecture de la modernité qui sépare les techniques et les valeurs. Dans ce sens, la désoccidentalisation de la technique et sa disculpation est une modalité centrale de cette réappropriation. En considérant les techniques comme des objets « neutres » et surtout « innocents », ne comportant aucun potentiel maléfique ou corrompateur et n'impliquant aucun mode de vie particulier, le discours théologique soustrait les TIC<sup>7</sup> au principe de l'interdit et soumet l'utilisateur à des prescriptions et à des injonctions à caractère identitaire et religieux. Ces prescriptions et injonctions légitiment ensuite la mise en place de mécanismes institutionnels<sup>8</sup> de censure, d'interdit, de contrôle et de coercition agissant ainsi non pas uniquement sur les usages mais sur le contexte social de leur formation.

---

## 2. Communication, TIC et Espace public

La deuxième question que discute notre contribution concerne l'analyse des rapports entre TIC et espace public. Cette problématique permet d'interroger comment les TIC participent aux transformations de la communication médiatisée dans les sociétés arabes et nous amène à tenir compte des effets des contextes historique, culturel et social et symbolique sur la diffusion des TIC et leur usages sociaux.

Cette manière d'aborder la communication médiatisée, importante dans les sciences de l'information et de la communication, permet ainsi d'étudier les liens de celle-ci à l'organisation symbolique d'une société et à retenir le type de société comme un niveau d'analyse à partir duquel on peut comprendre l'organisation sociale et culturelle de la communication. Cette prise en compte du lien de la communication à la société et à la culture est encore plus importante, si on se place dans le cadre des pratiques dominantes des Sciences de l'information et de la communication chez les chercheurs arabes, marquées par la prédominance des modèles technicistes et positivistes. Si la communication est toujours liée à un modèle de société, une théorie de la communication est, selon Dominique Wolton (1997: 40), impossible sans une théorie de la société. Le modèle de la communication recèle implicitement un modèle de société « il n'y a pas de théorie de la communication sans une théorie de la société. Toute théorie de la communication qui n'énonce pas formellement la vision de la société qui lui est liée est caduque ; ou plutôt en contient une, implicite: « dis moi quelle est la vision que tu te fais du rôle de la communication et je te dirai quel modèle explicite, tu te fais de la société ». Dans les sociétés modernes et démocratiques occidentales, le succès de la communication ne trouve pas son origine uniquement dans le progrès technique. Ce succès renvoie aux valeurs fondatrices de la modernité occidentale. La communication est donc « le résultat d'un formidable mouvement d'émancipation à la fois social, culturel et politique, né en Occident il y a plus de deux siècles...car avec la

---

communication, il ne s'agit pas seulement du changement du modèle social et culturel, mais aussi de la mutation démocratique. Autrement dit, impossible de parler de communication sans parler de démocratie» ( Wolton, D . 2005 : 25)

Relier communication, culture et société, c'est aussi, selon Louis Quéré, considérer la communication comme activité symbolique. En effet, «l'échange social est interaction entre sujets, médiatisé par du symbolique» (Op. Cit.: 29 ). Ce « tiers symbolisant »<sup>9</sup> est « une symbolique à l'aide de laquelle les sujets sociaux trouvent accès au réel, construisent leur identité et leur communauté, acquièrent la capacité de penser et d'agir, se constituent comme acteurs historiques ». Pour Louis Quéré, c'est le procès de production et de travail de cette symbolique qui définit l'espace public d'une société. Ce procès peut être appréhendé à partir de ce qu'il appelle « Les activités communicationnelles », dont les modalités et les contenus sont différents selon le type de société (ibid : 84). De même, ce procès de production et de travail de ce « tiers symbolisant » permet de comprendre le type de société et de distinguer par exemple entre société « historique » et société « sans histoire ». Dans la première, ce tiers symbolisant est « soumis explicitement à l'action transformatrice des acteurs sociaux. Sa singularisation devient ainsi l'objet et l'enjeu de leurs rapports conflictuels dans le cadre d'une activité sociale particulière, qui n'est rien d'autre que la politique moderne », alors que dans la « société sans histoire », ce « tiers symbolisant est tenu hors de la portée de l'action des sujets sociaux et, de ce fait, enfermé dans sa singularité claire et univoque » ( ibid. : 42 )

Cette position est partagée par André Akoun (1994 : 24 ), pour qui comprendre la communication et ses modalités, c'est d'abord la rapporter à l'univers culturel dans lequel elle fonctionne. Dans la société de la modernité, la communication se définit dans un univers symbolique sécularisé, « déserté par les dieux », sans transcendance, sinon celle de la raison, structurée autour de la « complémentarité

---

conflictuelle» entre espace public et espace privé. La communication est ici essentielle, car elle participe à la production de la «loi commune» et à la création de «l'espace commun des hommes». Alors que dans «une société que légitime le Texte Sacré, il y a place pour la disputation, pour le conflit des interprétations, pour une glose sur le dogmatiquement vrai, mais pas la possibilité que s'instaure l'échange qui aurait à inventer la loi commune. La communication n'y est jamais constitutive de l'espace commun des hommes, lequel se trouve assigné par Dieu...» (Akoun, A. s.d : 5 ). Il y a donc selon André Akoun une sorte d'impossibilité de séparer communication et société : «Ce dont nous devons partir pour comprendre l'univers de la communication et l'inscription des techniques dans cet univers c'est de cette unité des formes de communication et des formes de société, unité qui est celle d'un mode d'installation de l'homme au monde et d'une économie du symbolique. On ne saurait construire une sociologie de la communication et des médias qui serait trans-sociétale et, techniciste. On se doit de référer l'approche des médias et des leurs effets à la nature du monde où ces médias déroulent leurs logiques» (ibid : 6 ).

En ce sens, la question de l'espace public constitue une entrée intéressante pour analyser la communication publique médiatisée et les modèles qui la structurent. Cependant, et alors que la question de l'espace public est au cœur des SIC, elle est souvent ignorée par les chercheurs dans le monde arabe. Ce désintérêt traduit les faiblesses des élaborations théoriques et l'absence d'une vision historico-culturelle de la communication et des médias. L'usage du concept dans les sociétés arabes pose néanmoins une série de problèmes épistémologiques. Tel qu'il est élaboré par J. Habermas, l'espace public est une expérience historique propre à la modernité occidentale et aux modes de légitimation politique dans les sociétés démocratiques occidentales. Il est de ce point de vue le résultat d'une évolution historique et culturelle des sociétés modernes : «On ne décrète pas, selon Dominique Wolton, l'existence d'un espace public comme on organise des élections. On en constate l'existence.

---

L'espace public ne relève pas de l'ordre de la volonté. Il symbolise simplement la réalité d'une démocratie en action, ou l'expression contradictoire des informations, des opinions, des intérêts et des idéologies» (1997 : 380 ). L'espace public est donc intimement lié au modèle politique et culturel démocratique.

Dans ce sens, Bernard Miège (1989 : ), tout en rappelant que le concept d'espace public est «incontournable tout particulièrement là où la vie sociale continue à s'organiser, avec plus ou moins, de conviction, en respectant le modèle démocratique» considère que le concept souffre d'un déficit d'universalité dans la mesure où il reste lié aux cas historiques de la France, de l'Allemagne et de l'Angleterre. Les difficultés théoriques que pose l'universalisation du concept n'entraînent pas toutefois, selon Bernard Miège, «l'impossibilité» de son usage du concept dans des contextes culturels différents et donc la possibilité «d'exporter la théorie de l'espace public en dehors de l'Europe de l'Ouest»(2005 : 150 ). Il propose dans ce sens, une approche de l'évolution historique de l'espace public articulée autour de la notion de modèle de communication. Celui-ci est «une représentation simplifiée d'un processus ou d'un système, de façon à mettre en évidence des règles de fonctionnement récurrentes et susceptibles de se reproduire... le modèle étant qualifié de «modèle de communication», en ce que les médias qui étaient au principe de chacun des modèles... impliquaient un certain type de relations et d'échange avec les lecteurs-auditeurs-téléspectateurs/citoyens» ( ibid.:153). D'un point de vue théorique, ces modèles de communication se caractérisent par leurs interdépendances et leurs interactions. Les modèles liés aux médias historiquement anciens ne disparaissent pas mais fonctionnent sous l'effet d'un modèle dominant. Bernard Miège retient quatre modèles historiques qui ont déterminé le fonctionnement de l'espace public dans les sociétés occidentales: le modèle de la presse d'opinion (à partir du 18ème siècle), de la presse généraliste commerciale (à partir de la fin du 19ème siècle), des médias audiovisuels de masse (à partir du milieu du 20ème siècle) et des relations publiques généralisées. Les TIC sont à l'origine d'un nouveau modèle communicationnel, en cours

---

de formation : « prenant appui sur les TIC, et s'ajoutant/complétant les modèles actuellement actifs ». Ce modèle est « encore plus sociétal ... plus sélectif et plus hétérogène que les modèles médiatiques précédents et plus transversal et plus en interaction avec eux » (ibid. : 159).

Comment peut-on donc mobiliser le concept d'espace public pour analyser l'évolution historique de la communication médiatisée dans les sociétés arabes, et les rapports de celle-ci aux TIC ? Notre hypothèse est que si l'expérience historique de la Modernité explique l'émergence, la formation et l'évolution des modèles de communication dans les sociétés occidentales, le néopatriarcat est le type de société à partir duquel on peut analyser l'organisation de la communication médiatisée dans les sociétés arabes. Concept élaboré par Hisham Sharabi, le néopatriarcat désigne un système économique, social et culturel qui caractérise les sociétés arabes actuelles. Le néopatriarcat repose sur des « structures hybrides, traditionnelles et semi-rationnelles...où coexistent modernité et patriarcat dans une union contradictoire » (1996 : 83 ). Il est un type de société marqué par la prédominance du Père comme institution et où toutes les structures sociales sont organisées autour de cette autorité patriarcale. Les modes de médiation sociale reposent sur le consensus forcé et le rituel, la coercition et la soumission, la violence et le conformisme « Ainsi, comme une opposition légale est impossible, la conspiration et la révolte deviennent les seules voies d'action possibles. De la même façon, lorsque le débat ouvert est interdit, violence et complot deviennent les seules formes de persuasion » (ibid. ). Le système néopatriarcal se fonde donc sur des structures politiques, sociales et culturelles « hybrides ». Il désigne un type de société où la modernité est constamment « mise en échec ». En ce sens, ce concept peut nous aider à comprendre l'émergence et l'évolution des formes de communication publique médiatisée dans les sociétés arabes, les tensions qu'accompagnent l'évolution de nouvelles formes de communication médiatisée, et notamment celles liées aux TIC et plus généralement la formation d'une sphère publique comme domaine de débats et d'expression des opinions, de « mise en

---

visibilité» et de publicisation de nouvelles interactions sociales.

La construction des Etats nationaux post-coloniaux s'est accompagné d'un discours qui considérait les médias (et plus particulièrement la télévision) comme vecteurs de modernisation de la société (éducation des masses, mobilisation pour le développement, construction d'un Etat moderne, etc.). Soumis à une gestion autoritaire de type néopatriarcale, les médias se sont transformés progressivement en moyens que contrôle et s'approprie l'Etat, empêchant ainsi l'émergence d'un espace médiatique pluraliste et vecteur d'expression des opinions. La télévision, notamment, est ainsi devenue un espace exclusivement vouée à la célébration de la figure du chef charismatique et où se déploie une information étatique directive, inégalitaire, unilatérale et centralisée. Les TIC agissent néanmoins dans un contexte en mutation caractérisé par des changements significatifs à la fois endogènes et exogènes, politiques et culturels mais aussi techniques qui affectent ce modèle de communication unilatéral, centralisé et structuré par les médias de masse dominés par l'Etat (la Télévision en particulier). Ces multiples changements peuvent être situés à trois niveaux :

– Techniques: Le développement des moyens de réception directe, la généralisation des équipements techniques de consommation domestique (magnétoscope, ordinateurs, lecteurs DVD) et l'émergence de réseaux plus ou moins informels de distribution de produits culturels, grâce notamment au piratage (CD, DVD, musique, bouquets numériques, etc.), mettent en cause les capacités de l'Etat à contrôler l'accès aux médias et favorisent une individualisation de l'accès aux contenus. Le développement relativement important de l'accès au réseau Internet est à l'origine de l'émergence de nouveaux usages en matière d'accès à l'information et de nouvelles pratiques de communication médiatisée (chat, forums de discussion, page perso, blogs, etc.) mais aussi de nouveaux acteurs dans le champ de l'information (portails d'information, communautés virtuelles, sites d'information politique). L'accès social à ces différentes techniques permet d'abord une sorte de

---

communication privatiste. A l'abri de la gestion autoritaire et identitaire de l'espace médiatique national, les individus accèdent, grâce aux possibilités qu'offre le piratage, en toute liberté à des contenus interdits (pornographie) ou inaccessibles à partir des circuits de distribution (musique, DVD, jeux vidéo...). Ensuite, ces techniques, et notamment le réseau Internet, favorisent une communication « déterritorialisée ». En exploitant les possibilités d'édition et de communication qu'offrent le réseau Internet, les internautes arabes peuvent produire des contenus de toutes sortes et occuper ainsi le champ de l'information, historiquement réservé à l'Etat ou à des acteurs institutionnels (partis politiques, associations, etc.)

– Politiques : la montée de la contestation politique et des revendications de réformes démocratiques obligent les Etats à alléger les dispositifs classiques de monopole et à libéraliser, selon des modalités hétérogènes, progressivement leurs espaces médiatiques audiovisuels.

– Culturelles et géopolitiques : L'émergence d'un « espace médiatique arabe » où agissent des acteurs de toutes sortes (Etats arabes, acteurs économiques, puissances régionales et internationales, partis politiques), qui cherchent à capter des audiences nationales à des fins économiques ou d'influence idéologique et politique contribuent à affaiblir les capacités de l'Etat à maintenir les dispositifs traditionnels de contrôle de l'accès aux médias et à réguler les pratiques sociales de communication médiatisée.

Ces différents changements participent aujourd'hui à l'éclatement du modèle de la communication qui a caractérisé le fonctionnement des espaces publics nationaux et favorisent la formation d'un nouveau modèle de communication médiatisée complexe encore structurée par les médias de masse (Télévision) et où les effets des TIC, parallèlement à la permanence de la gestion autoritaire des médias étatiques, participent à l'émergence de nouvelles formes d'expression (information politique alternative et contestataire), d'échange et de publicisation (chat,...). En effet, les médias satellitaires arabes

---

favorisent de nouvelles formes de mise en visibilité, de publicisation et de médiatisation d'opinions politiques, de culture et de comportements sociaux<sup>10</sup>. Al - Jazira, souvent considérée comme le symbole de ces nouveaux médias arabes, a construit sa notoriété, sur sa capacité à révéler, par le débat notamment, la diversité politique, idéologique et culturelle de la société arabe.

Les effets des TIC sur la communication médiatisée peuvent dans ce contexte être situés à plusieurs niveaux :

– La multiplication des dispositifs interactifs touchant le débat public : émissions de débat politique, de confrontations intellectuelles ou d'expression libre donnant la parole aux citoyens (forums...). La télévision est désormais une arène à laquelle accèdent aussi les citoyens qui participent à ce débat grâce notamment aux possibilités qu'offrent les TIC (courrier électronique, sondage sur Internet, SMS...)

– L'émergence de nouveaux dispositifs socio-techniques s'appuyant sur les TIC et rendant possibles des interactions médiatisées reproduisant le modèle d'échange de point à point. Le développement des échanges utilisant les SMS (échanges de messages d'amour, de rencontre et de mariage...) traduit, au-delà de l'innovation technique, de nouveaux modes d'interaction sociale.

– La publicisation croissante, y compris sur les médias nationaux<sup>11</sup>, des problèmes personnels et de questions de société que traduit le nombre de plus en plus important d'émissions consacrées à ces thématiques.

– L'importance grandissante des émissions de divertissement reproduisant des formats internationaux utilisant les TIC (SMS...). Ces émissions favorisent la participation des téléspectateurs<sup>12</sup>.

Cette hypothèse d'un espace public en formation, complexe par les dynamiques qui le structurent, la diversité de ses acteurs, les formes communications médiatisées qui y émergent et ses niveaux (national et arabe) inextricables, peut nous aider à élaborer une analyse historique des modèles de communication médiatisée

---

dans les sociétés arabes. Ceux-ci peuvent être décrits à partir d'une périodisation qui pourrait retenir trois modèles.

– Le modèle de la presse écrite d'opinion (à partir de la fin du 19<sup>ème</sup> siècle). L'irruption de l'imprimerie et l'instauration d'un système moderne d'instruction ont permis le développement d'une presse arabe animée par une élite intellectuelle moderniste et traditionaliste. Cette presse nationale et arabe a joué un rôle important d'abord dans les débats sur la réforme culturelle du monde arabe, de l'islam et des rapports à la modernité occidentale puis dans la lutte pour les indépendances et la formation d'une conscience nationale. La presse écrite a ainsi constitué un espace public où les élites exprimaient leur projet de société, leurs revendications politiques nationalistes et où elles débattaient de grandes questions liées au devenir de l'Islam et de la culture arabe. Ce modèle correspond à ce qu'appelle Hichem Djaït « L'âge libéral » qui « aurait pu fonder un véritable *aufklärung* de la culture arabo-islamique moderne. C'était un âge de recherche et de liberté, où le philosophe se faisait écrivain pour un large public et suscitait un débat passionné. Un âge où a pris figure le type même de l'intellectuel arabe... dans un certain sens et moyennant quelques réserves, ce moment a représenté un moment de lumières. »(Op.Cit. : 255 ). L'échec relatif de cet âge libéral est la conséquence selon Hichem Djaït de plusieurs causes (le projet intellectuel libéral, la rigidité de l'islam officiel...) et dont surtout ce qu'il appelle « l'esprit public (qui) admettait et admet toujours mal le pluralisme des courants de pensée, et tout autant leur cohabitation au sein d'un même espace socio-culturel »( *ibid.* )

– Le modèle de médias d'Etat (à partir du milieu du 20<sup>ème</sup> siècle). Le modèle de la presse écrite d'opinion a continué à fonctionner jusqu'à l'édification des Etats post-coloniaux. Dès lors, les médias et notamment la télévision et la radio, mais aussi les médias de la presse écrite, ont été soumis à une gestion autoritaire excluant toute possibilité de formation d'un espace public national pluraliste, de débat et d'expression des opinions.

---

– Un troisième modèle plus ouvert, pluraliste et sociétal en cours de formation (à partir du début du 21<sup>ème</sup> siècle) où s’interpénètrent les dimensions nationales et arabes. Le modèle d’un espace public national structuré par une communication unilatérale, inégalitaire, directive et centralisée se transforme sous l’effet de dynamiques endogènes et exogènes (politiques, techniques, culturels, sociales, etc.) évoluant ainsi vers un modèle de plus en plus ouvert, pluraliste et sociétal<sup>13</sup>. Parallèlement, émerge un espace public arabe. Celui-ci s’incarne dans le développement des télévisions satellitaires arabes et les médias en ligne. La formation de cet espace public arabe est inséparable aussi des innovations techniques et les nouvelles formes de communication publique qu’elles favorisent. D’autre part, cet espace public arabe émergent est à la fois politique (débat, confrontations sur des questions politiques) et sociétal (questions de sociétés, publicisation de la vie privée). Il s’appuie sur des bases culturelles communes à tous les Arabes (le partage de la langue, de l’histoire...) et fortifie le sentiment d’appartenance à une nation arabe.

### **3. Conclusion : La communication entre universalité et identité**

En posant les questions des représentations et des discours d’accompagnement des TIC d’un côté, et des rapports de celles-ci aux modèles de communication, notre contribution n’a fait que suggérer des hypothèses de travail et de nouvelles pistes et orientations de recherche, en pointant une série de problématiques souvent ignorées. Les productions actuelles centrées sur l’analyse des contenus médiatiques et les effets des médias ont souvent privilégié des approches partielles et sous-estimé l’importance des élaborations théoriques pour comprendre le procès social et culturel des médias dans les sociétés arabes. L’analyse des TIC à partir de la problématique des représentations, des discours d’accompagnement et de l’espace public montre au contraire l’importance d’une approche mobilisant les concepts essentiels des SIC et fondée sur une compréhension de la communication contextualisée culturellement

---

et historiquement, prenant en compte les dynamiques sociales et culturelles des sociétés arabes.

La diffusion des TIC dans ces sociétés et la formation des usages se révèlent être un phénomène complexe où l'on observe la diversité des discours d'accompagnement et de légitimation (communication publique de l'Etat, discours politiques, promotionnels et identitaire) et des acteurs qui agissent sur le processus de formation de usages (élites techno-administratives, politiques, traditionalistes, etc.). La problématique des TIC doit aussi s'analyser dans le cadre des tensions de la modernisation et du rapport à la modernité. De ce point de vue, les usages des TIC se constituent dans un univers culturel et social où l'identité, les valeurs, le rapport entre «authenticité culturelle» et «modernité occidentale» agissent comme des enjeux qui imprègnent profondément les discours d'accompagnement sur les TIC. En ce sens, le paradigme de la modernisation conciliatoire» qui s'incarne dans la promesse d'une modernité arabe engendrée par une sorte d'unité harmonieuse entre les valeurs authentiques de la culture arabe et les techno-sciences modernes occidentales constitue à la fois la matrice de légitimation des TIC (comme pan de ces techno-sciences nécessaires à cette modernité arabe) et dispositif multiforme de régulation des usages sociaux.

La problématique de l'insertion sociale des TIC et de leurs rapports à la communication médiatisée est inséparable d'un autre côté d'un contexte «historico-culturel». Le concept d'espace public se révèle dans ce sens d'une grande capacité heuristique dans la mesure où il permet de comprendre les interactions entre TIC et structuration culturelle de la communication médiatisée dans les sociétés arabes.

Au terme de notre réflexion, une série de conclusions peuvent être dégagées.

– L'approche communicationnelle nous fournit les outils et les méthodologies pour analyser les changements qui se révèlent d'une

---

grande complexité : D'une part, on peut observer une légitimation des TIC de type traditionaliste et le développement d'usages conditionnés par le paradigme de la modernisation conciliatoire (la capacité grandissante des mouvements traditionalistes à s'approprier le réseau Internet par exemple). Considérés comme vecteur d'une modernisation profonde qu'incarnent l'utopie d'une société de l'information radicalement nouvelle, les TIC fonctionnent comme lieu d'épanouissement d'une culture traditionaliste qui se reproduit sur le réseau et prétend organiser ses usages sociaux selon une « vision islamique ». D'autre part, les médias et les TIC sont au cœur de nouvelles interactions sociales et de formes inédites de publicisation et plus généralement d'un nouveau modèle de communication.

– Ces changements qui semblent « antinomiques » renvoient en fait au caractère hybride de la société néopatriarcale structurée par les tensions entre la tradition et la modernité et leur « union contradictoire », selon l'expression de Hisham Sharabi. La tradition se révèle ainsi une ressource que mobilise les acteurs à différents niveaux et selon diverses modalités pour interpréter les changements sociaux et culturels que favorisent les médias et les TIC. La tradition se mue alors en vision du monde constamment réactualisée. Elle favorise dans le champ de la communication des formes de régulation sociale, s'incarne dans des discours de prescription, d'injonction et dans des dispositifs de censure et de coercition. L'innovation sociale que favorise les TIC est jugée ainsi comme une forme de décadence culturelle, symptôme de l'occidentalisation de la société, et antinomique de l'identité et de ses valeurs.

– Les discours des chercheurs n'échappent pas à cette interprétation identitaire de la communication. Non seulement les savoirs théoriques sont critiqués pour leur inadéquation avec la « réalité arabe », mais les divers changements qui affectent les communications médiatisées sont interprétés comme des formes d'occidentalisation (et donc de dégénération culturelle). Ainsi les chercheurs peuvent eux aussi produire des discours d'accompagnement sur les TIC qui

---

participent à cette interprétation identitaire de la communication.

– Enfin l'analyse de la diffusion des TIC dans les sociétés arabes constitue un cas intéressant pour analyser ce qu'appelle Eric Neveu (1994) le « déficit d'universalité » de la communication, qu'il considère comme une des fragilités essentielles du « mythe de la communication ». La communication, « récit ordonnateur du social » et « représentation dominante dans les sociétés occidentales », n'intègre pas la culture arabe comme utopie ou idéologie. La technicisation de la communication, le renoncement aux nouvelles valeurs qu'elle promet (ouverture, liberté, participation...) et plus encore le rejet de toutes les innovations sociales qu'elles favorisent participent à cette idéologie identitaire qui refuse, selon Hamadi Redissi, de s'abandonner à la « civilisation universelle » (Op. Cit. : 12 ).

## Notes

<sup>1</sup> On peut dire d'ailleurs que le modèle de la communication télégraphique constitue un paradigme mental dominant chez la majorité des chercheurs arabes. Ce modèle est pourtant critiqué pour son caractère ethnocentriste. Yves Winkin qualifie le modèle télégraphique de typiquement occidental qui restitue l'expérience de la communication dans les sociétés occidentales : « L'approche par la communication dite « individuelle » représente en quelque sorte la description « émique » de la communication pour les indigènes occidentaux que nous sommes. L'apprentissage occidental se concentre sur le langage verbal écrit, non sur la gestualité ou le rapport aux êtres surnaturels. Le modèle Emetteur - Message- Récepteur peut donc être considéré comme un modèle ethnocentrique intéressant à étudier, comme tout modèle par lequel les membres d'une culture construisent le monde dans lequel ils vivent. Mais lorsque les chercheurs appartenant à la culture occidentale utilisent ce modèle indigène, constitutif de leur vie quotidienne, pour tenter d'étudier les phénomènes de communication dans leur culture, ils commettent une erreur épistémologiquement grave : ils emploient comme instrument d'analyse l'objet qu'ils veulent étudier. Nul doute que le modèle Emetteur – Message – récepteur ne soit alors constamment redécouvert et confirmé dans son excellence. Nul étonnement aussi devant la stagnation de la recherche ». (Winkin, Y. : 1996 : 85).

---

<sup>2</sup> Pour Hichem Djaït, cette modernisation conciliatoire est vouée à l'échec « Il n'est pas possible, en effet, d'adopter une attitude de résistance face à certaines valeurs et d'aspirer en même temps à la modernité matérielle, ou d'aspirer à ces dernières sans accepter une part de leurs fondements... On se tromperait lourdement en parlant de « projet arabe de civilisation ». Il s'agit là d'une illusion. Nous ferions mieux d'avoir une ambition culturelle plus haute, qui est l'ambition humaine universelle, nécessaire à toute communauté, et qui donne à la vie sa saveur » ; Ibid. Page 332-333.

<sup>3</sup> Voir l'Engagement de Tunis, document engageant toutes les parties participantes au Sommet Mondial sur la Société de l'Information (SMSI) qui affirme dans son paragraphe 3 « l'universalité, l'indivisibilité, l'interdépendance et l'interaction de tous les droits et libertés fondamentales de l'homme, y compris le droit au développement, comme cela est proclamé dans la Déclaration de Vienne. Nous réaffirmons aussi que la démocratie, le développement durable et le respect des droits et libertés fondamentales de l'homme, ainsi que la bonne gouvernance à tous les niveaux, sont interdépendants et se renforcent mutuellement... »

<sup>4</sup> « Il est tout à fait exact que les musulmans vivent un problème psychologique grave. Ils veulent accéder à l'humain tel que défini par la modernité, mais il faut qu'ils lui sacrifient leur culture. C'est un gigantesque conflit intérieur qui s'extériorise par la souffrance infligée à soi et à autrui ». Djaït Hichem : « La crise de la culture islamique » ? Op. Cit. Page 15.

<sup>5</sup> Le site [www.islamweb.net](http://www.islamweb.net) propose une rubrique spécialement dédiée aux fatwas sur les médias et les TIC. Voici à titre indicatif quelques exemples : l'utilisation du portable dans les lieux saints, le chat entre homme et femme, l'enregistrement de photos de femmes sur le portable, conversation téléphonique avec une non musulmane, l'usage de pseudonymes dans les forums de chat, le mariage via Internet, etc. Voir la rubrique (Fatawis contemporaines)

<sup>6</sup> Emission diffusée le 13 octobre 2004. Le site al- contient une transcription complète des programmes diffusés par la chaîne : voir le texte complet de l'émission à l'adresse suivante : [www.al-.net/channel/archive/archive?ArchiveId=102557](http://www.al-.net/channel/archive/archive?ArchiveId=102557)

<sup>7</sup> L'objet technique échappe ainsi à la loi du licite et de illicite et de l'interdit, sauf dans des cas très rares, tels que par exemple l'usage des téléphone portable doté de caméra vidéo et d'appareil photo interdit un temps en Arabie saoudite puis autorisé de nouveau. Cette « désoccidentalisation » permet aussi

---

une « islamisation » de l'objet technique lui-même. Le téléphone portable fait ainsi l'objet de personnalisation qui le transforme en signe d'attachement de l'individu croyant à sa religion : sonneries, icônes à caractère religieux. Une publicité récente dans un quotidien tunisien francophone (la Presse de Tunisie) fait la promotion d'un téléphone portable intégrant la récitation du Coran, l'appel à la prière, et l'indication de direction de la Mecque pour la prière, tout en magnifiant les possibilités techniques qu'offre l'appareil en termes de fonctionnalités techniques (jeux, écran couleurs très performant...)

<sup>8</sup> Voir le site web de l'unité des services Internet, opérateur public du réseau Internet en Arabie saoudite à l'adresse suivante : [www.isu.net.sa](http://www.isu.net.sa)

<sup>9</sup> Le tiers symbolisant est « l'articulation d'éléments composites : des structures cognitives et des cadres normatifs, des repères de discrimination, des modes d'appréhension du temps et des dispositions vis-à-vis du changement, des règles de choix et des propositions définissant des façon de procéder (technologies), des modes de représentations et des schémas d'action ; et à un autre niveau, des jeux de rôles et des catégories de la pratique, des affirmations considéré comme variés et des normes tenues pour justes, des croyances et des figurations », Ibid, page 84.

<sup>10</sup> Les programmes de télé-réalité, diffusés notamment par les chaînes libanaises et orientés vers une audience arabe, illustrent cette dynamique.

<sup>11</sup> En Tunisie plusieurs programmes peuvent être cités comme exemples : « Forum » et « Love story » sur la nouvelle station radio Mosaïque FM, « Dialogue » sur JawharaFM, la nouvelle radio régionale privée et « vides ton coeur » sur la chaîne de télévision satellitaire privée Hannibal TV. Les chaînes arabes proposent quant à elles de plus en plus de programmes centrés sur les problèmes de société et personnels. A titre d'exemple, on peut citer : « Pour la femme exclusivement », sur Al-, « Ouvres ton cœur » sur la chaîne libanaise LBC. Aussi des chaînes entières sont dédiées à cette thématique telle que la nouvelle chaîne « Ennas » (les gens) ou encore Tasliya TV entièrement vouée au chat.

<sup>12</sup> Star Academy est l'exemple le plus significatif de cette tendance.

<sup>13</sup> Voir sur la question de la régulation des systèmes médiatiques nationaux, Hizaoui Abdelkrim : « L'insertion des TIC dans le monde arabe : quelles régulations ? », in « Penser la société de l'information », actes du colloque international », IPSI- Fondation Konrad Adenauer, Tunis, 2005.

---

## **Bibliographie**

### *Ouvrages*

- Akoun, André: « La communication démocratique et son destin », PUF, Paris, 1994
- Djaït, Hichem: « La crise de la culture islamique », Cérès éditions, EDIF 200 – le Fennec, Tunis, 2005
- Miège, Bernard: « La société conquise par la communication », PUG, Grenoble, 1989,
- Miège, Bernard: « L'information-communication, objet de connaissances », De Boeck, INA, Paris, 2004
- Neveu, Eric: « Une société de communication ? », Montchrestien, Paris, 1994
- « Penser la société de l'information », actes du colloque international », IPSI- Fondation Konrad Adenauer, Tunis, 2005
- Quéré, Louis: « Des miroirs équivoques, aux origines de la communication moderne », Aubier, Paris, 1982
- Redissi, Hamadi: « L'exception islamique », Paris, Seuil, 2004
- Sharabi, Hisham: « Le néopatriarcat », Mercure de France, Paris, 1996
- Winkin, Yves: « Anthropologie de la communication »: de la théorie au terrain», DeBoeck –Université, Paris - Bruxelles, 1996
- Wolton, Dominique: « Penser la communication », Flammarion, Paris, 1997
- Wolton, Dominique: « Il faut sauver la communication », Paris, Flammarion, 2005

### *Articles*

- Akoun André: « De la communication », revue Naqd, N°8/9 « médias, communication et sociétés »
- Breton Philippe: « Les discours d'accompagnement », in les dossiers de l'audiovisuel: « Les nouvelles technologies: quels usages, quels usagers », N°103, Mai juin 2002, INA
- Carré Dominique: « Apports de la problématique communicationnelle à la compréhension des processus de diffusion des techniques », in « Actes

---

de travaux du groupe de travail « sociologie de la communication », janvier 2005, page 65-73. XVIIe congrès des sociologues de langue française, Tours 5-9 juillet, 2004. [www.univtlse2.fr/aislf/gtsc/actesTours\\_2004.htm](http://www.univtlse2.fr/aislf/gtsc/actesTours_2004.htm)

– Hammami Sadok : « Les Sciences de l’information et de la communication dans le monde arabe. Les difficultés d’émergence d’une discipline », Revue Tunisienne de Communication, N° 45, 2005, IPSI, Tunis.

– Jouët Josiane : « Discours publicitaire et médiatique », in Les dossiers de l’audiovisuel : « Les nouvelles technologies : quels usages, quels usagers », N°103, Mai juin 2002, INA

– Roy Olivier : « La communauté virtuelle. L’Internet et la déterritorialisation de l’islam », in Réseaux, N°99, 2000

