

Université Paris Panthéon-Assas

École doctorale d'Économie, Gestion, Information et Communication (EGIC, ED 455)

Thèse de doctorat en Sciences de l'information et de la communication soutenue le 22 mai 2023

***La ligne éditoriale d'Al-Jazeera sur les réseaux socionumériques
durant la crise de Golfe.
Un support éditorial qui favorise un travail de propagande ?***

Thèse de Doctorat / mai 2023



Nada AIDHEBAIB

Sous la direction de Arnaud Mercier

Membres du jury :

Arnaud MERCIER – Professeur, université Paris Panthéon-Assas (directeur)

Brigitte SEBBAH – Maitresse de conférences HDR, Université Toulouse 3 (Rapporteure)

Jacques WALTER – Professeur, Université de Lorraine (Rapporteur)

son Excellence Mohammad ALJUDAIE – Ambassadeur du Koweït en France

Remerciements

Ma gratitude est infinie envers ma famille pour leurs soutiens financier et moral. Pour leur patience durant mon absence, pendant les moments les plus difficiles qu'on a tous traversés durant la crise de la Covid. Mama et mes sœurs Mona et Huda pour leur amour et leur confiance en moi quand moi-même je doutais. À mes frères également de m'avoir soutenu à leur manière.

Un merci à Noorah et Mahmood d'avoir honoré leur promesse de venir me rendre visite régulièrement. À ma nounou srilankaise Chandrika pour tous ses prières pour ma réussite.

Je remercie ma grande famille française qui m'a permis d'avancer dans un extra-ordinaire calme, tout en étant bien entourée, dans mon village adoré : la Montbleuse. À mes extra-ordinaires voisins de m'avoir incluse dans leur propre famille, à tous ces repas ensemble, à toutes ces courses ensemble. À chaque seconde à leur côté où j'étais appréciée, comprise et épanouie.

Je prends le temps de présenter mes remerciements à mon directeur, Arnaud Mercier, la colonne vertébrale de cette thèse, d'avoir cru en mon sujet, de l'avoir valorisé et d'avoir cru avant tout en moi et en mes capacités académiques. Un grand merci aux membres du jury, qui feront de cette thèse un souvenir très cher. À cet égard je remercie également, son excellence l'ambassadeur du Koweït à Paris monsieur Mohammad Aljudaie de s'être libéré de ses lourdes tâches et de m'honorer de sa présence.

Enfin je n'oublierai jamais le rôle qu'a joué le ministre koweïtien des Affaires étrangères à l'époque, mon très cher directeur qui m'a ouvert la voie et qui m'a encouragé à poursuivre ce rêve en France : cheikh Dr. Ahmad Nasser Almohamad Alsabab. L'ex-vice-ministre Khaled Suliman Aljarralah de m'avoir honorée de sa confiance. Mon directeur adjoint, son excellence Salleh Alloughani qui m'a quand même accordé mes congés formation, alors qu'il aurait préféré que je reste travailler au cabinet. Le soutien inestimable et technique de mon collègue Abdullah Alqaderi, resteront gravés dans ma mémoire. Mes collègues et mes supérieurs méritent aussi un merci.

Un grand merci à l'association de la caricature koweïtienne et aux caricaturistes du Golfe, en particulier monsieur Faisal Alqasmi des Émirats Arabes Unis pour son apport précieux en matière de références dans la partie de la caricature au dernier partie.

Un merci aux personnes présentes lors de ma soutenance dont les noms n'apparaissent pas sur ces pages. Et un grand merci à tous ceux qui auraient été trahis par ma mémoire.

Abréviations

Abréviations	Désignations
CCEAG	Conseil Coopération Des États Arabes Du Golfe
RSN	Réseaux Sociaux Numériques
Quartette Quartet (ANGL)	Alliance entre quatre pays en l'occurrence (l'Arabie -Saoudite, les Émirats Arabes Unis, le Bahreïn, et l'Égypte)
MBS	Cheikh Mohammed ben Salmane ben Abdelaziz Al Saoud, le prince héritier d'Arabie saoudite
MBZ	Cheikh Mohammed ben Zayed Al Nahyane président des Émirats Arabes Unis
IGTV	Instagram tv un onglet une fonctionnalité sur la plateforme ou les vidéos sont plus longues
TIC	Technologie de l'Information et des Communications
AMICT	L'Alliance Militaire Islamique pour Combattre le Terrorisme contre la rébellion des Houthis au Yémen
AJA	Al-Jazeera en Arabe
TRS	Théorie de la Responsabilité Sociale

Mise en garde :

Il est nécessaire de préciser deux éléments avant de commencer la lecture de cette thèse :

Le premier élément :

Toutes les ressources bibliographiques et les références sont accessibles pour le grand public, nous n'avons en aucun cas fait usage, ou même allusion à des documents officiels classifiés du ministère des Affaires étrangères koweïtien.

Le deuxième élément :

Certaines de ces ressources dont les citations sont utilisées dans cette thèse ont nécessité une traduction de notre part, nous avons eu recours au logiciel de traduction automatique « Google Translate » et nous avons apporté des modifications nécessaires selon notre propre compréhension et bien sûr selon notre maîtrise limitée de ces langues (l'Arabe, l'Anglais et le Français).

Partie I	11
La crise diplomatique inédite de 2017 au sein du Conseil de Coopération des États Arabes du Golfe (CCEAG).	11
1. Présentation du CCEAG	11
2. le CCEAG déjà confronté à des crises diplomatiques et politiques avant 2017	13
2.1. Crises externes (conflits armés)	13
2.1.1. Les guerres dans le Golfe	13
2.1.2. Le 2 août 1990 L'invasion du Koweït	16
2.1.3. L'intervention américaine en Irak en 2003	18
2.1.4. Le « Printemps arabe » de 2011	19
2.1.5. La crise interne au Conseil de 2014	20
3. La crise diplomatique de 2017 , un point tournant dans le CCEAG	21
3.1. Le contexte géopolitique et les facteurs de déclenchement de cette crise	25
3.2. L'exploitation de l'espace numérique comme terrain de guerre et l'usage excessif des réseaux sociaux numériques (RSN) par les États durant cette crise.	27
3.3. Entre techniques et manipulations numériques : la face cachée des recours aux cyberattaques et au cyber espionnage dévoilent la défaillance au niveau structurel et international des organisations multiétatiques.	30
3.4. La fin de cette crise : les cicatrices et les espoirs pour l'avenir.	34
Partie II	36
Journalisme et propagande numérique d'Al-Jazeera au service du Qatar durant la crise de 2017	36
1. La genèse d'Al-Jazeera	37
1.1. Origines et création d'Al-Jazeera	37
1.2. Les prémices d'une pratique journalistique disruptive : le 11 septembre 2001 et la guerre contre le terrorisme (2001-2003).	38
1.3. La couverture médiatique contestée d'Al-Jazeera lors du « Printemps arabe »	44
1.4. Lignes éditoriales atypiques et pratiques journalistiques singulières	47
2. Le site internet : première étape de la stratégie numérique d'Al-Jazeera.	60
3. Les réseaux sociaux numériques, diversification de l'offre d'Al-Jazeera et instrumentalisation au profit d'une stratégie numérique complexe	63
4. Exemples de concrétisation de la stratégie numérique d'Al-Jazeera sur les réseaux.	70
5. L'ampleur du volet télévisuel de la crise de 2017.	76
6. Présentation du dispositif de communication sur Instagram	85
6.1. Instagram : Conception et naissance d'un géant numérique à développement exponentiel	85
6.2. Achat d'Instagram par Facebook : le monopole rêvé de Mark Zuckerberg.	87
6.3. Du privé au public : la généralisation de l'usage d'Instagram	89
6.4. Instagram, plateforme de prédilection d'Al-Jazeera.	92

6.5. La crise du Golfe (2017) vue depuis le compte Instagram d'Al-Jazeera et l'éclosion de la propagande	97
7. Algorithme d'Instagram facilitateur de la propagande	99
8. Les vidéos au cœur d'une stratégie numérique globale et leurs effets particuliers	102
Partie III	111
<i>Al-Jazeera utilise l'arme de la dérision sur Instagram contre les adversaires du Qatar</i>	111
1. <i>Quelle place et quelle manifestation de la dérision dans les pays arabes du Golfe persique</i>	122
1.1. Où en sont la censure et la dérision au Koweït	125
1.2. Qu'en est-il de la censure dans les pays du Golfe	127
1.3. L'incarnation de la dérision par la caricature au Koweït	129
1.3.1. Les pièces de théâtre – une manifestation extraordinaire de la dérision dans les pays du Golfe	132
2. <i>Vingt ans depuis l'émergence des RSN la dérision politique connectée : « culture lol » : fonctions et fonctionnement</i>	141
3. <i>Un corpus qui réitère la distinction d'Al-Jazeera</i>	144
3.1. Une intense veille multi-directionnelle	147
3.2. Recueil de différentes données en provenance de plateformes diverses	153
3.3. Un hashtag polysémique : de quelle Shéhérazade s'agit-il ?	156
4. <i>La rhétorique au service de la dérision politique connectée</i>	158
4.1. <i>Trois stratégies rhétoriques de l'usage de la dérision</i>	160
4.1.1. Mise en application de la stratégie topique :	162
4.1.2. Mise en application de la stratégie dispositionnelle	165
4.1.3. Mise en application de la stratégie personnelle	167
5. <i>Une lecture géopolitique du choix des cibles</i>	171
5.1. Les dirigeants	173
5.2. Israël	174
5.3. La Syrie	175
5.4. Le Soudan	176
5.5. Le Liban	176
5.6. L'Algérie	178
5.7. Diplomatie et sommets politiques	178
5.8. Personnalités politiques et religieuses	179
5.9. Culture, média et journalisme	181
6. <i>L'écart à la norme déontologique</i>	182
7. <i>Al-Jazeera en double infraction de son propre code de conduite déontologique</i>	186

<i>Conclusion</i>	192
<i>Bibliographie et ressources</i>	195
<i>Tables des tableaux:</i>	216
<i>Table des figures</i>	216

Introduction

Le sujet de notre thèse s'intitule : « *La ligne éditoriale d'Al-Jazeera sur les réseaux socionumériques durant la crise du Golfe. Un support éditorial qui favorise un travail de propagande ?* ». Notre thèse immortalise un moment historique au sein de l'organisation du Conseil de Coopération des États Arabes du Golfe. La crise de 2017 au sein de ce Conseil a pris une ampleur internationale et a migré depuis ses limites géographiques pour préoccuper des responsables européens et surtout américains jusqu'au Conseil de Sécurité des Nations-Unies. En Europe, cette région (le Golfe), tant médiatiquement qu'académiquement, ne bénéficie pas d'assez d'études, d'études qui iraient au-delà des enjeux de l'énergie et de l'islamisation. L'image négative et les stéréotypes méritent d'être redressés. Nous espérons y contribuer par cette thèse, même si ce n'est que partiellement. Apporter un regard sur les sociétés du Golfe à l'âge numérique est d'une grande importance à nos yeux. Montrer que l'investissement dans l'éducation des citoyens du Golfe, dont nous sommes un prototype, est un investissement réussi. Donner de la profondeur à la superficialité avec laquelle nous sommes représentés souvent en France en tant que clientèle du luxe et touristes censément très riches. La responsabilité est lourde de dépeindre cette crise et les médias qui l'ont couverte et qui sont trop peu étudiés (Instagram) et nous espérons avoir fait un travail digne de son temps de lecture. Nous espérons aussi qu'il initiera un débat académique sur l'usage des réseaux sociaux par les journalistes et par les États. Et au même niveau d'importance, un débat est aussi nécessaire sur les nouveaux modes de consommation des « news » et ses aléas, concernant les usagers du Golfe, en particulier, celles et ceux qui s'informent de plus en plus sur les réseaux sociaux.

Une précision s'impose alors : ce travail est uniquement académique, accompli avec la liberté de ton d'une université française. Nous avons essayé de nous tenir à égale distance de tous les pays en question, mais le devoir académique oblige à souligner certains dérapages politiques.

La raison d'être personnelle de cette thèse tient au fait que cette crise, sentimentalement, m'a brisée le cœur : grandissant au son de chansons d'unité, voir une telle fissure apparaître, puis devoir choisir entre des amis et des principes et avoir la force de faire la part des choses était une rude épreuve. Par ailleurs, médiatiquement parlant, nous avons toujours regardé Al-Jazeera avec un œil

suspect et toujours la couverture médiatique au début du lancement de la chaîne nous a fait du tort en tant que Koweïtiens. Néanmoins étant utilisateurs d'Instagram depuis 2012 nous étions stupéfaits de la manière dont Al-Jazeera recyclait ses arguments en produisant un contenu rempli d'une dérision politique, inédite pour cette région, et unique par rapport tous ses confrères à l'échelle internationale. Notre thèse analyse donc ce phénomène nouveau qui est cette crise et l'usage d'Instagram par les médias pour en parler autrement que selon les canons habituels du journalisme. Parallèlement elle fournit une interprétation nouvelle à ce phénomène. Ainsi elle est dotée d'une dimension inédite par rapport à l'usage du concept de la dérision politique connectée et à l'usage des réseaux sociaux pendant les crises. Ceci s'explique par la coopération entre le secteur public (gouvernements) et le privé (Instagram comme société, et Al-Jazeera Network).

La chaîne d'Al-Jazeera s'est retrouvée en ligne de mire et les attaques contre elle était à prendre au sérieux. Désormais ce sont des attaques aussi contre le Qatar, pays qui soutient financièrement cette instance médiatique et qui l'héberge sur son sol. Or en 2017 les crises politiques se propulsent sur un nouveau média : les réseaux sociaux numériques. D'où l'originalité de cette étude et son importance, retracer une action étatique et médiatique au moment des crises sur un nouveau terrain, de nouvelles techniques et un nouveau savoir-faire.

Notre thèse court sur trois grandes parties qui traitent d'un sujet contemporain. La crise du Golfe de 2017 entre trois pays du Golfe persique ainsi que l'Égypte et le Qatar, durant cette crise la demande de fermeture d'Al-Jazeera figure parmi la liste des conditions pour lever l'embargo imposé au Qatar. Nous allons nous intéresser à l'usage des réseaux socionumérique (RSN) ou communément appelés réseaux sociaux tout au long de cette étude, l'absence du mot numérique quand c'est le cas, ne renvoie pas à des réseaux sociaux *offline* mais bien aux plateformes concernées par cette étude (principalement Instagram, Facebook, Twitter et Snapchat) ; durant cette crise en générale et en particulier par ce géant médiatique ainsi que ses rivaux. Pour ce faire nous avons choisi de l'étudier par un angle inhabituel qu'est la dérision.

Nous allons nous poser les questions suivantes :

- Comment Al-Jazeera a déployé son arsenal médiatique durant cette crise ?
- Qu'est-ce que les réseaux sociaux notamment Instagram permettent d'accomplir par rapport à la version télévisuelle ?

- Pourquoi une chaîne d'informations en continu a recours à la dérision dans ce contexte hautement enflammé et inflammable ?

- A-t-on franchi de nouvelles limites grâce à la dérision sur les réseaux sociaux ?

Pour trouver des réponses à ces questionnements nous serons amenés à traiter les trois facettes de ce sujet : géopolitique, médiatique et socio-technique.

Nous commencerons par traiter de la facette géopolitique car elle nous fournit des repères spatio-temporels pour comprendre les racines de la crise de 2017 dans le Golfe et ses évolutions. Dans ce partie, nous dresserons une vision historique et panoramique de cette organisation multiétatique, les facteurs de sa naissance, les crises qu'elle a traversées. À travers cette crise, nous aurons l'occasion d'explorer la profondeur de l'apport numérique dans la vie politique au niveau international, ceci par l'investissement de cet espace par les États, en particulier les réseaux sociaux. Cette présence sans précédent sur les réseaux apporte une autre dimension à la politique étrangère et dévoile les failles du droit international. Désormais la cybersécurité et toutes les notions qui naviguent autour sont un grand chantier où est attendue une coopération internationale entre les États et avec les géants de la technologie.

En ce qui concerne la facette médiatique, on exposera les ressorts du fonctionnement de la chaîne controversée d'Al-Jazeera. Le lien entre les deux parties étant que celle-ci figure sur une liste de conditions imposées au Qatar pour la levée de l'embargo qui a duré 4 ans et demi (du 5 juin 2017 au 5 janvier 2021). La littérature est riche sur cette chaîne en anglais, en français et en arabe. Néanmoins, examiner le rôle qu'elle a joué pendant la crise sans précédent contre le Qatar est la nouveauté que nous espérons apporter. Par ailleurs, notre observation nous a permis de faire un gros plan sur l'usage des réseaux sociaux par une chaîne d'information en continu sans laisser de côté le volet télévisuel. Dédire la stratégie de communication à travers la ligne éditoriale de cette chaîne nous permet de mieux comprendre la place réservée au sein d'Al-Jazeera pour les réseaux sociaux et quelles libertés y sont possibles pour les journalistes. La complexité et l'effort ainsi que le financement des réseaux sociaux montre qu'Al-Jazeera a développé un plan mûre avec des objectifs clairs. Le caractère singulier d'une communication bien réfléchi qui lui donne des longueurs d'avance sur ses confrères. Nous aurons l'occasion de voir donc de près ce travail accompli par Al-Jazeera sur une plateforme en particulier : Instagram. D'où l'importance d'avoir

des informations de base sur ce géant des réseaux sociaux qui a su résister sur un marché hautement volatile et ce qui le qualifie d'être une arme fatale dans la panoplie d'Al-Jazeera.

La troisième et dernière facette, qu'on appelle précédemment technique car il s'agit de la dérision. La dérision elle-même est une technique, mobilisée correctement elle permet de détourner les plus dures situations au profit de celui qui en fait usage. Nous allons apporter une vision plus générale de la dérision dans un premier temps dans cette région du monde qu'est le Golfe persique (uniquement les pays arabes), en détails nous aurons le Koweït comme exemple naturellement, car c'est le terrain que nous connaissons le mieux. Dès lors nous aurons l'occasion de revenir sur les caricatures, le théâtre et la censure au Koweït et plus généralement dans le Golfe. Une fois que la dérision dans ses expressions traditionnelles a été explorée nous aurons comme étape suivante la dérision politique connectée. La dérision politique associée aux réseaux sociaux accomplit une multitude d'objectifs d'une manière technique. Cette facette est technique car on y traitera également notre corpus numérique grâce au savoir-faire, les publications sarcastiques d'Al-Jazeera au sujet de cette crise sous le hashtag Shéhérazade ont pu être enregistrées, puis analysées.

Concernant la méthodologie déployée tout au long de cette thèse, nous serons dans l'observation et la collecte de données numériques, il s'agit bien d'une approche empirique. Notre approche croise donc les théories relevant de la géopolitique, de la sociologie du journalisme et principalement un cadre théorique autour de la dérision.

Partie I

La crise diplomatique inédite de 2017 au sein du Conseil de Coopération des États Arabes du Golfe (CCEAG).

1. Présentation du CCEAG

Le Conseil de Coopération des États Arabes du Golfe (CCEAG) est créé le 25 mai 1981, à Abou Dhabi. Les dirigeants des Émirats arabes unis, du Royaume de Bahreïn, du Royaume d'Arabie - Saoudite, du Sultanat d'Oman, de l'État du Qatar et de l'État du Koweït se sont réunis et sont parvenus à un cadre de coopération. Celui-là pour assurer la coordination, l'intégration et l'interconnexion entre les États membres dans tous les domaines afin de réaliser l'unité. Comme c'est réitéré dans l'article 4 de la charte ainsi que le préambule : ce conseil tâche à l'approfondissement et le maintien des relations particulières, puisque les traits en communs entre ses membres partent d'un point que les systèmes politiques similaires fondés sur la croyance de l'islam, la foi en un destin commun, et que la coopération entre ces États servira les objectifs ultimes de la nation arabe.

Cette alliance est l'incarnation institutionnelle d'une réalité historique, sociale et culturelle. Des liens religieux et culturels profonds unissent les six États et de solides relations de parenté prévalent entre leurs citoyens. Une seule langue qui soude ces liens qui est l'Arabe ; même si les variants et les dialectes caractérisent chaque pays, ceci reste très proche et vastement maîtrisée par les peuples. Tous ces facteurs, renforcés par une entité géographique s'étendant du Golfe à la mer Rouge en passant par les dunes des déserts, ont facilité les contacts et les interactions entre eux, et créés des valeurs et des caractéristiques homogènes. Le logo de cette entité politique nous rend compte de l'étendue de la superficie concernée ainsi que les atouts géographiques considérables (voir figure 1).



Figure 1 le logo de CCEAG où il est noté en arabe en bas de la carte des six pays membres et en haut il est noté au nom de dieu miséricorde

Par conséquent, si, d'une part, le CCG est une continuation, une évolution et une institutionnalisation des anciennes réalités dominantes, il est, d'autre part, une réponse pratique aux défis perpétuels de la sécurité et du développement économique dans la région. C'est aussi la concrétisation des aspirations de ses citoyens à une sorte d'unité régionale arabe. L'unité arabe qui est restée au niveau du rêve vu les rivalités entre les pays arabes et les divisions qui règnent.

Aujourd'hui le Conseil de Coopération des États Arabes du Golfe, a su se montrer un interlocuteur de confiance et même un partenaire. Plusieurs dialogues stratégiques avec différentes entités politiques se tiennent régulièrement. Les fruits économiques et sécuritaires de cette alliance ont déjà été récoltés à plusieurs reprises. Reste des défis : opérer dans une région troublée politiquement, dotée d'un environnement assez hostile, et avec une démographie marquée par la hausse du nombre d'étrangers. Nous notons au passage un défi particulièrement préoccupant, qui est la signature de la colonisation sous protectorat anglais : les frontières. Le mode opératoire des Anglais, comme dans plusieurs autres pays, était de laisser du flou, source de contentieux entre les pays à l'indépendance. Par exemple, l'Inde et le Pakistan, l'Inde et la Chine et entre les différents pays du Golfe où les frontières maritimes sont toujours en cours de négociation pour être fixées, et même certaines frontières terrestres sont disputées.

L'évènement précurseur à la naissance de ce Conseil de Coopération des États Arabes du Golfe c'est justement le départ du Shah d'Iran, l'allié sunnite de l'autre rive du Golfe, et son remplacement par le régime islamique chiite de Khomeini. Ce conseil fut formé huit mois après le début de la guerre entre l'Irak et l'Iran. Le point commun qui n'est pas ouvertement cité par le site du Conseil de Coopération du Golfe et qui paraît comme une évidence c'est le fait que ces six pays

ont une frontière maritime commune avec l'Iran. D'où la nécessité de mesurer l'impact de cette crise sur l'obsession sécuritaire.

2. le CCEAG déjà confronté à des crises diplomatiques et politiques avant 2017

2.1. Crises externes (conflits armés)

Nous entendons par crises externes, les crises qui ont eu un impact (financier, politique, ou même social) direct (ou bien une implication d'un de ses membres), sur cette organisation qui est le conseil du Golfe. Ces crises ont d'une manière ou d'une autre dévoilé un mode de fonctionnement ou un aspect qui était jusque-là ignoré. La première que nous appelons première crise du golfe (la guerre Irak – Iran) a dévoilé ce besoin d'unité et de solidarité ; la deuxième crise est la crise du Golfe, soit l'invasion et l'occupation du Koweït par l'Irak. Celle-ci a montré une haute coordination sur le front diplomatique et c'était bien le moment de récolte des efforts de solidarité et d'unité qui l'ont précédé.

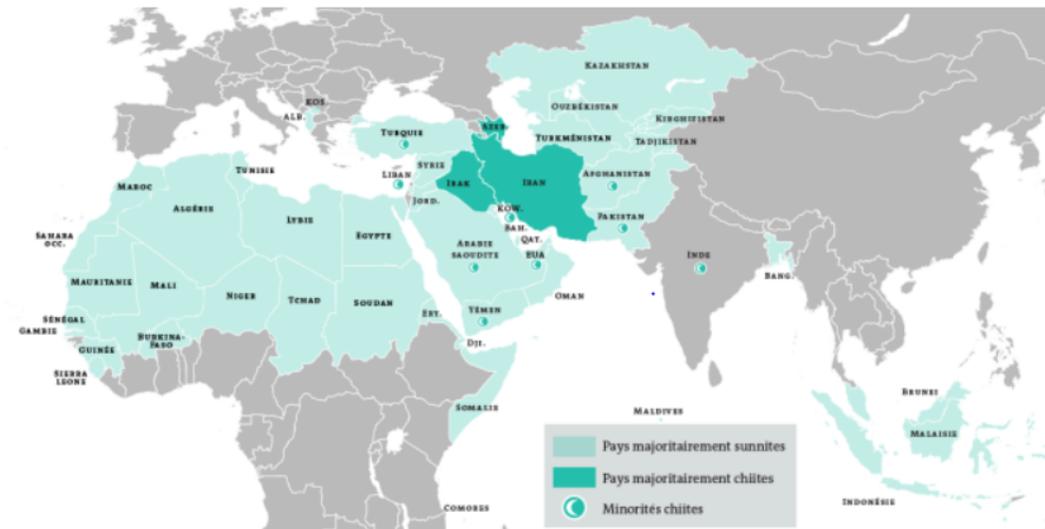
2.1.1. Les guerres dans le Golfe

Les pays du Golfe persique ont historiquement connu de multiples crises (économique, climatique, politique) c'est une scène où les tensions mondiales se répercutent et où l'ordre mondial se joue. Avant la découverte du pétrole et du gaz, cette zone était traversée par le passage de la fameuse route de la soie : le commerce et l'échange entre trois continents (l'Asie, l'Afrique et l'Europe). Ces pays connaissaient la route de l'Inde, ils échangeaient et échangent toujours, bien avant l'arrivée des Occidentaux. D'ailleurs, pour citer un exemple, qui témoigne de la profondeur de ces liens, la devise du Koweït était la roupie indienne avant de devenir le dinar.

La navigation maritime et le commerce étaient une activité prédominante, largement pratiquée par ces peuples. Une des premières crises qui a secoué les pays arabes du Golfe à l'âge moderne est une crise d'ordre économique, lorsque les Japonais ont inventé les perles artificielles. Un coup dur pour tout un artisanat et un marché qui s'étend des rives du Golfe jusqu'au sous-continent indien. Des crises sanitaires comme la peste, d'autres comme la famine ont aussi touchées ces pays.

Venons-en aux crises politiques qui ont ébranlé le C.C.G. Lors de la première guerre du Golfe¹, les tensions qui ont précédé cette guerre ont profondément fait jaillir le besoin d'unité et de sécurité, pour former un front commun face à l'Iran, qui a basculé sous le régime islamique, qui fait ouvertement planer la menace de répandre dans la région une idéologie religieuse (le chiisme) divergent des visions de l'Islam sunnite globalement majoritaire dans les autres pays du Golfe. Dès lors, les États arabes du Golfe, les petits encore plus que les grands pays, y voient une intimidation existentielle par une force militaire très puissante. Les deux pays dont la majorité du peuple sont de ce courant religieux (Bahreïn et Irak) risquaient de voir éclater une guerre interconfessionnelle pour dénoncer le règne des sunnites. L'Irak de Saddam Hussein prend alors sur lui la responsabilité de repousser la marée chiite en déclenchant une guerre longue, sans merci, durant huit ans, contre l'Iran, financée bien évidemment par le Golfe sous forme de crédits, et armée par les mêmes pays occidentaux qui se retourneront plus tard contre le dictateur. Une guerre qui a cristallisé l'impérieuse nécessité de cette alliance entre les six pays en question, l'intérêt de s'unifier étant proportionnel à l'ampleur de la menace. Pour mieux exposer l'ampleur géographique de cette menace, voici une carte du monde musulman (voir figure 2) qui a été publiée par *Le Monde*.

¹ L'ampleur de la guerre qui a opposé aux débuts des années 1980, l'Irak et l'Iran, a été si marquante car si meurtrière, que dans les pays riverains, elle fut appelée guerre du Golfe, là où les Occidentaux ont privilégié l'appellation « guerre Iran-Irak ». Lorsque les États-Unis (et une vaste coalition internationale) ont décidé d'intervenir contre l'Irak qui avait annexé le Koweït, la précédente guerre, impliquant l'Iran, fut qualifiée de première guerre du Golfe par filiation avec la nouvelle, impliquant l'Irak et le Koweït en 1990-91. Les Occidentaux l'appelle eux la « première guerre du Golfe » car c'est la première où leurs armées sont directement impliquées. En tant que Koweïtienne, nous utilisons la terminologie qui a cours dans notre pays et dans tous ceux du Golfe.



Chiïtes et sunnites dans le monde musulman. LE MONDE.FR

Figure 2 carte du monde musulmans montrant le clivage sunnite chiïte. Publiée par le monde le 20 juin 2014.

Cette crise est la source d'agitations qui ont longtemps pesé sur ces pays et elle a conduit à l'épuisement des deux pays qui s'affrontaient militairement (du 22 septembre 1980 au 20 août 1988) quand on considère la gigantesque saignée démographique par la mort de 700 000 à 1 200 000 personnes². Parmi les conséquences directes sur les pays du Golfe, on peut mentionner la perturbation des routes commerciales du pétrole due à la mise en place des mines maritimes par l'Iran qui menaçaient les pétroliers. Ainsi que le prix du baril de pétrole³ qui a augmenté, en même temps que le soutien financier à l'Irak est devenu très lourd et long. Pour en finir, la conséquence la plus importante étant la deuxième guerre du Golfe qui suivra celle-ci : l'invasion irakienne du Koweït le 2 août 1990.

² Pierre Razoux, *La guerre Iran-Irak* Tempus Perrin, 2017.

³ Le deuxième choc pétrolier et le prix qui est passé de 13 à 30 dollars le baril entre 1979-1980 'Choc pétrolier', *Wikipédia*, 2022
https://fr.wikipedia.org/w/index.php?title=Choc_p%C3%A9trolier&oldid=196724837 [accessed 8 January 2023].

2.1.2. Le 2 août 1990 L'invasion du Koweït

Cette invasion a été l'objet d'études dans plusieurs domaines sur plusieurs décennies, c'est un point de bascule dans l'histoire et du jamais vu en ce qui concerne le travail multilatéral à l'échelle internationale. Nous allons traiter cette invasion ainsi que la libération du Koweït dans l'optique d'un test pour le Conseil de Coopération des États Arabe du Golfe. L'obsession sécuritaire devenue réelle, un état membre bascule du jour au lendemain sous une occupation. Face à cela, comment réagit-il ? C'est le premier test de survie pour cette institution qui, depuis, a su décoller dans les instances internationales en tant qu'entité unie.

La vitesse à laquelle les ministres des affaires étrangères des six pays se sont réunis, le 3 août 1990, pour affirmer qu'une attaque sur un pays membre est une attaque sur tous les autres membres, fut remarquable. Ils ont depuis coordonné les actions diplomatiques à tous les niveaux : la Ligue arabe, l'OCI (Organisation de la Coopération Islamique) et le Conseil de Sécurité des Nations Unies. Cette réussite diplomatique pour une si jeune instance est concrétisée par les résolutions de Conseil de sécurité numéro 660 du 2 août 1990 qui a condamné l'agression irakienne, et la résolution numéro 678 du 29 novembre 1990 qui autorise l'usage de la force pour la restitution de la paix.

Résolution 677	Iraq et Koweït (28 novembre)
Résolution 676	Iraq Iran (République islamique d') (28 novembre)
Résolution 675	Amérique centrale (5 novembre)
Résolution 674	Iraq et Koweït (29 octobre)
Résolution 673	Territories occupied by Israël (24 octobre)
Résolution 672	Territories occupied by Israël (12 octobre)
Résolution 671	Iraq Iran (République islamique d') (27 septembre)
Résolution 670	Iraq et Koweït (25 septembre)
Résolution 669	Iraq et Koweït (24 septembre)
Résolution 668	Cambodge (20 septembre)
Résolution 667	Iraq et Koweït (16 septembre)
Résolution 666	Iraq et Koweït (13 septembre)
Résolution 665	Iraq et Koweït (25 août)
Résolution 664	Iraq et Koweït (18 août)
Résolution 663	Admission : Liechtenstein (14 août)
Résolution 662	Iraq et Koweït (9 août)
Résolution 661	Iraq et Koweït (6 août)
Résolution 660	Iraq et Koweït (2 août)

Figure 3 l'ensemble des résolutions du conseil de sécurité de l'ONU en 1990 dont sept résolutions consacrées au Koweït⁴.

Le feu vert de l'ONU a été donné pour une action militaire contre l'Irak, par la résolution 678, de novembre 1990 dont on voit les articles (2-3) dans le figure (4). Nous constatons une réussite militaire quant à l'accueil des forces militaires de l'alliance internationale de la guerre du désert couronnée par la libération du Koweït le 26 février 1991.

2. Autorise les Etats Membres qui coopèrent avec le Gouvernement koweïtien, si au 15 janvier 1991 l'Iraq n'a pas pleinement appliqué les résolutions susmentionnées conformément au paragraphe 1 ci-dessus, à user de tous les moyens nécessaires pour faire respecter et appliquer la résolution 660 (1990) et toutes les résolutions pertinentes adoptées ultérieurement et pour rétablir la paix et la sécurité internationales dans la région;

3. Demande à tous les Etats d'apporter l'appui voulu aux mesures envisagées au paragraphe 2 ci-dessus;

Figure 4 articles 2-3 de la résolution 678 de conseil de sécurité des nations unies permettant l'usage de force militaire contre l'Irak.

⁴ 'Résolutions Adoptées Par Le Conseil de Sécurité En 1990 | Conseil de Sécurité Des Nations Unies' <<https://www.un.org/securitycouncil/fr/content/resolutions-adopted-security-council-1990>> [accessed 8 January 2023].

En ce qui concerne le succès au niveau social, durant l'épreuve qu'était cette occupation, les Koweïtiens exilés dans les pays du Golfe ont été très bien accueillis, avec un soutien moral et financier sans précédent. Les enfants koweïtiens sans un jour de retard ont fait la rentrée scolaire dans les écoles des pays du Golfe ou leur hymne national était chanté avant même l'hymne du pays d'accueil, pour qu'ils se sentent chez eux symboliquement. Matériellement tout a été fait pour les Koweïtiens durant cette crise. Une ambiance extraordinaire de fraternité et de générosité du sommet de l'État au simple citoyen était démontrée. Les premières forces militaires accueillies sur le sol du Koweït libéré sont nos homologues du Golfe. Cette alliance a donc été soudée sur tous les plans. Le Conseil de Coopération des États arabes du Golfe a franchi le plus grand obstacle dans sa septième année d'existence. En laissant le sentiment chez les ressortissants de ces pays, qu'ils appartiennent à une seule patrie. Les promesses de l'unité et des bienfaits de cette coopération se sont matérialisées par la libération du Koweït.

Pendant de longues années qui ont suivi la libération du Koweït, les efforts de CCEAG ont continué de suivre de près et de soutenir le Koweït quant à ses légitimes demandes en ce qui concerne le retour des prisonniers de guerre et les personnes disparues, ainsi que les archives nationales et enfin le plus important, la délimitation de frontières communes acceptées par l'Irak.

2.1.3. L'intervention américaine en Irak en 2003

Le régime de Saddam Hussain depuis son occupation du Koweït a prouvé qu'il était une menace permanente pour les pays membres du Conseil. L'Arabie-Saoudite a subi plusieurs attaques de missiles sur son sol durant la libération du Koweït. Il était temps que cela cesse, alors l'administration de G.W Bush Junior, cible le régime irakien après les attaques du onze septembre 2001, les Américains ont tenté de convaincre le monde entier avec leur faux prétexte, en affirmant que sur la zone en question, une attaque à l'arme chimique était imminente.

Le Koweït a coopéré avec les États-Unis et a accueilli des troupes sur son sol. Le Qatar a une base militaire américaine qui est aussi impliquée dans cette intervention en Irak. Il convient de mentionner une schizophrénie qatari à ce sujet : l'État du Qatar qui héberge la plus grande base militaire américaine n'a pas officiellement pris une position contre cette intervention, sauf qu'Al-Jazeera multiplie les attaques contre les États-Unis et dresse un portrait négatif de ses

collaborateurs. C'est à ce moment-là que les divisions internes commencent à se faire sentir ; jusque-là la menace et l'ennemi était toujours externe au corps du CCEAG.

Nous avons approfondi l'études de cette époque dans le deuxième partie où il s'agit d'examiner la couverture médiatique d'Al-Jazeera en 2003.

2.1.4. Le « Printemps arabe » de 2011

Une vraie fracture dans le front commun en politique extérieure est apparue lors des évènements dits du « printemps arabe » ; où le Qatar a soutenu et a même œuvré pour que les courants islamiques soient au pouvoir en Égypte, en Tunisie et en Libye. Une chercheuse souligne l'ampleur de ces efforts qataris ainsi qu'émiratis pendant cette période du « printemps arabe » :

« Et l'économie est désormais assumée comme une arme offensive, entre usage des sanctions et mobilisation des fonds rentiers, pour peser sur les processus électoraux dans les pays des Printemps arabes – la Tunisie s'est ainsi transformée en 2011 en véritable champ de bataille financier entre les Émirats et le Qatar. »⁵

C'est le début des crises internes qui vont déstabiliser le CCEAG, avec une politique étrangère qui va contre la volonté de l'Arabie-Saoudite et des Émirats Arabes Unis, hautement allergiques à l'organisation des Frères musulmans, qui ont déclaré une guerre à ce courant et qui l'ont même inscrit plus tard sur la liste noire des organisations terroristes. Leurs efforts sont allés plus loin encore, quand ils ont essayé de convaincre l'Union européenne d'entreprendre aussi de telle démarche. Cette dissidence qatari est à la racine des tensions qui suivront. Chercher à jouer un rôle plus grand dans le monde arabe déstabilisant ainsi l'hégémonie de l'Arabie saoudite, ce qui coûtera cher. Le point de non-retour est atteint avec les évènements du Bahreïn attisant la situation, en montrant que la menace externe iranienne est omniprésente et qu'elle l'était bien dès le début.

⁵ Dorothée Schmid, 'Le Golfe, de la géopolitique à la politique tout court', *Politique étrangère*, Printemps.1 (2020), 9–17 (p. 16).

2.1.5. La crise interne au Conseil de 2014

Nous nommons ici crise internes, les crises qui surviennent dans l'enceinte de l'organisation du CCEAG, entre ses membres. Ces crises perturbent le front commun qui est censée l'être ce CCEAG ou même le bouclier qui protège ces pays. Les conséquences de ces perturbations vont sans doute au-delà des limites géographiques des états membres. Une précision est d'une importance capitale ici, nous n'allons pas nous référer aux querelles de frontières bilatérales qui ont existé et existeront probablement entre ces pays, désormais nous nous limiterons aux crises diplomatiques qui sonnent l'alerte et menacent l'avenir de cette organisation.

Dans cette partie nous allons nous appuyer sur une riche source écrite par le professeur Abdullah Al Shayji⁶. Car c'est la référence qui étudie en détails et qui fournit le plus de documents éclairants les crises dans le Golfe. En 2014 éclate une crise qui a duré neuf mois dans le Golfe. Cette crise a commencé par le retrait des ambassadeurs saoudien, émirati et bahreïnien du Qatar. Les causes sont liées principalement à un mécontentement face à la politique étrangère qatarie qui se rapproche de et même soutient les courants de l'Islam politique (Frères musulmans), qui héberge des membres des oppositions internes aux pays du Golfe (notamment émiratis) et ils peuvent efficacement poursuivre leurs activités depuis Doha en bénéficiant d'une généreuse couverture médiatique par Al-Jazeera. Ces trois pays convergent sur le fait que l'élément médiatique est perturbateur du calme social, et exigent donc la fermeture d'Al-Jazeera *mubasher* (en directe) en Égypte. Par ailleurs les prêches de *Yousif AlQaradawi* (imam et figure emblématique des Frères musulmans, égyptien d'origine mais protégé par la nationalité qatarie) fâchent les autorités de ces trois pays qui trouvent une hostilité dans son idéologie.

⁶ Abdallah Alshayj, *The Gulf Cooperation Council Crises: the root causes, mediation efforts and the future of the GCC Alliance: 2011-2018*, 1ere edn (Bairūt: ad-Dār al-‘Arabīya li-l-‘Ulūm Nāširūn, 2018).

« le cheikh Youssef al-Qaradawi, célèbre prédicateur joue un rôle très important dans la société qatarie et dans le monde musulman de façon plus générale. En effet, d'origine égyptienne il a quitté son pays en raison de son appartenance à la Confrérie des Frères musulmans et a trouvé refuge à Doha où il enseigne à l'université. Il dispose également d'une émission religieuse sur Al-Jazeera dans laquelle il dicte les règles de bonne conduite des musulmans avec des positions extrêmement conservatrices sur les questions de mœurs »⁷

Une médiation koweïtienne a aussitôt œuvrée à ramener ces pays autour de la table de discussion et un compromis a été trouvé au bout de ces neuf mois. Premièrement le Qatar a fermé la chaîne d'Al-Jazeera *mubasher* (en direct) dans ces trois pays en plus de l'Égypte. Il s'engage à respecter l'accord du Riyad (2013) stipulant en premier que le Qatar arrête de naturaliser les opposants ressortissants des autres pays CCEAG qui trouvent refuge chez lui. Deuxièmement, aucun soutien financier n'est à fournir aux Frères musulmans car ceci ébranlera la sécurité dans les pays du Golfe. Un réengagement de la part du Qatar a mis fin à cette crise en apparence, mais trois ans plus tard, ces pays sont revenus violemment à la charge car selon eux le Qatar mène un double jeu.

3. La crise diplomatique de 2017 , un point tournant dans le CCEAG

Cette crise constitue le cadre spatio-temporel de notre thèse. Elle débute le 5 juin 2017 par la rupture des relations diplomatiques entre l'Arabie-Saoudite, les Émirats arabes unis, le Bahreïn et l'Égypte avec le Qatar. Quinze jours avant cette rupture l'agence de presse qatarie (QNA) a été victime d'un piratage lors duquel une vidéo fabriquée pour l'émir du Qatar a été diffusée. Pendant ces 15 jours, une violente campagne médiatique à l'encontre du Qatar, anime les médias et la presse de ces quatre pays. On associe souvent la crise avec la visite de Donald Trump en Arabie – Saoudite, et le fait qu'il ait, au moins, laissé faire ces quatre pays et ait béni leurs efforts de combattre le terrorisme. Par une série de tweets, le 6 juin 2017 (voir figure 5), Donald Trump accuse le Qatar d'être un grand commanditaire du terrorisme. Sa position était claire sur Twitter, celle-ci

⁷ Agnès Levallois, 'Avant-propos', *Confluences Méditerranée*, 84.1 (2013), 9–15 (p. 11) <<https://doi.org/10.3917/come.084.0009>>.

va à l'encontre de la position officielle du ministère des affaires étrangères qui soutient l'unité du CCEAG et appelle au calme et à la réconciliation entre ses membres et soutient les efforts de la médiation koweïtienne. À sa tête, Rex Tillerson, qui finira par quitter ses fonctions en mars 2018.



Figure 5 un aperçu des tweets de Donald Trump accusant le Qatar de financer le terrorisme.⁸

Un des éléments qui distingue cette crise de la précédente (2014), c'est la généralisation de la crise à tous les niveaux. Ce n'est donc pas une crise confinée dans la limite politique, qui se passe uniquement dans la sphère diplomatique. Ceci se concrétise, après le 5 juin 2017, quand ces pays ont imposé un délai de quinze jours aux citoyens qataris pour quitter leur territoire. La fermeture des frontières terrestres, maritimes, ainsi que de l'espace aérien est décrétée. Le Qatar se trouve quasi-isolé. Le déchirement social profond qui a pu toucher les familles mixtes est le symbole des effets de cet isolement. C'est le moment où le peuple '*khaliji*'⁹ (de Golfe) s'est rendu compte que l'unité est un rêve qui a viré au cauchemar, ceci en plein mois de Ramadan. D'ailleurs la sacralité de ce mois dans le calendrier musulman n'étant pas respecté, cela envoie le signal que cette crise est faite pour s'installer pour une longue durée.

⁸ Patrick Wintour and Patrick Wintour Diplomatic editor, 'Donald Trump Tweets Support for Blockade Imposed on Qatar', *The Guardian*, 6 June 2017, section World news <<https://www.theguardian.com/world/2017/jun/06/qatar-panic-buying-as-shoppers-stockpile-food-due-to-saudi-blockade>> [accessed 19 January 2023].

⁹ Le mot *khaleeji* est un adjectif tiré du mot *khaleej* en arabe qui veut dire le Golfe, c'est une désignation qui implique une unité et une identité commune aux ressortissants arabes du pays du Golfe.

L'embargo étant déclaré, le Qatar se livre à une course contre la montre pour assurer sa survie en assurant ses besoins alimentaires ainsi que sa sécurité militaire, en cas d'escalade. Les effets de l'embargo sont néfastes (économiquement, financièrement, commercialement, politiquement mais aussi socialement) :

« Les effets de leur embargo sur les importations alimentaires du Qatar sont directs : environ **35 % de ses approvisionnements sont soudainement coupés** et doivent être remplacés immédiatement. Cela concerne en particulier **le sucre, la viande, les produits laitiers, les fruits et légumes frais. Au début de la crise le prix de ces denrées augmente du fait de la fermeture de l'unique frontière terrestre** du pays qui débouche sur l'Arabie saoudite, et des distances aériennes plus longues à cause de la fermeture des frontières aériennes de la dizaine de pays qui appliquent un embargo sur les vols à destination et en provenance du Qatar. »¹⁰

Afin de contourner ces obstacles le Qatar a su diversifier et remplacer ses anciens pourvoyeurs par des nouveaux. Justement, on voit surgir un échiquier politique international digne de l'alignement d'une guerre mondiale. Les effets géopolitiques commencent à se faire sentir. Les fournisseurs alimentaires sont aussi des alliés qui aident le Qatar à s'en sortir :

« **La Russie** fournit ainsi rapidement des céréales, du riz, du sucre, des huiles végétales et se déclare prête à exporter aussi en masse des produits d'origine animale. **La Turquie** envoie dans un premier temps des milliers de tonnes de lait, produits laitiers, volailles et nourriture sèche par air et mer, tout en renforçant son contingent militaire sur la presqu'île qatarienne¹⁵. **L'Iran** arrange ensuite le passage des cargaisons transportées par camions depuis la Turquie jusqu'au port de Bouchir d'où elles sont ensuite acheminées jusqu'au port de Ruwais situé au nord du Qatar. Par ce même port l'Iran livre quotidiennement plus de 1 000 tonnes de fruits et légumes frais, tandis que **l'Inde**, déjà premier exportateur au Qatar de fruits et légumes avant la crise, augmente encore de 50 % ses

¹⁰ Jérôme Lavandier, 'Crise entre pétromonarchies du Golfe Persique : une recomposition des solidarités alimentaires arabes ?', *Confluences Méditerranée*, 108.1 (2019), 167–78 (p. 173) <<https://doi.org/10.3917/come.108.0167>>.

exports alimentaires en vendant en particulier du riz et des volailles. »¹¹

L'ambiguïté avec laquelle cette crise a débuté perdure, rendant la médiation quasi impossible. Les treize conditions exigées par le quartette arrivent à la presse. Une fois rendues publiques, l'absurdité de cette crise et sa violence montent d'un cran :

« Une première liste de conditions émises par les adversaires du Qatar pour un rétablissement des relations a été jugée inacceptable par Doha. Elle incluait notamment l'arrêt de toute collaboration du Qatar avec des entités jugées terroristes, la fermeture de la chaîne d'information Al-Jazeera, le départ des troupes turques du Qatar et l'arrêt de toute coopération militaire, l'abaissement des relations diplomatiques avec l'Iran, le paiement de dédommagements, le tout évalué par une commission de suivi du respect des obligations »¹²

Le rejet de cette liste est compréhensible car elles piétinent la souveraineté du Qatar. En outre, c'est une ingérence dans les affaires intérieures du Qatar, chose qui est contre la charte de CCEAG ainsi que la charte des Nations-Unies. En 2014, le Qatar a fait des compromis qui ont réveillé la convoitise des ces pays, en pensant qu'une fois le Qatar mis au pied du mur, il n'aurait d'autres choix que de céder à leurs injonctions. En 2017, cette liste n'est que l'occasion d'aller encore plus loin. Cette liste reflète la maladresse de ces pays avec leurs manœuvres malhabiles. Nous sommes intriguée par la demande de fermeture d'Al-Jazeera, cela prendra un temps de réflexion profond au deuxième partie. Nous sommes aussi intriguée par les demandes de dédommagement, car les faits ne sont pas précis, ceci vient comme un coup aux finances de Doha, une action pour vider ses caisses. Nous avons pensé au début de la crise, lorsqu'à chaque virage des obstacles ont été dressés, que ces pays-là ne voulaient pas voir la coupe du monde de football se tenir en temps et en heure. Cette hypothèse a été heureusement invalidée par la combattivité du Qatar et l'achèvement de la crise à l'approche de cet événement.

¹¹ Lavandier, p. 174.

¹² Rachid Chaker, 'Retour sur la crise du Golfe de 2017', *Politique étrangère*, 2017 (3), p. 82. <<https://doi.org/10.3917/pe.173.0073>>.

3.1. Le contexte géopolitique et les facteurs de déclenchement de cette crise

Sur le plan macro de la situation géopolitique internationale, nous pouvons citer trois facteurs de déclenchement de cette crise. Tout d'abord, le changement d'administration aux États-Unis, et qui dit changement d'administration dit souvent changement de politique étrangère. Le fait que l'administration de Barack Obama avait une politique étrangère plus souple avec l'Iran et un détachement vis-à-vis des alliés du Golfe, en signant l'accord nucléaire iranien, sans consultation avec les voisins de l'autre rive ainsi qu'Israël, a été vu d'un mauvais œil. Le Qatar quant à lui profite plus d'une administration démocrate, comme par exemple l'administration Bill Clinton, qui avait signé l'accord sur la base militaire al *Udaide*. Un autre exemple sera traité dans le troisième partie concernant un membre du congrès américain (voir figure 6).



*Figure 6 Ilhan Omar*¹³

Il faut aussi se rappeler du rôle décisif d'Israël dans la région. Israël est un fervent opposant à tout rapprochement avec le régime des Mollâs, l'ennemi juré du premier ministre Netanyahou. La peur israélienne de la création d'une arme nucléaire par l'Iran est réelle même si la perspective reste lointaine. Par ailleurs, la « guerre de proximité »¹⁴ que l'Iran livre dans le sud du Liban avec Hezbollah est toujours d'actualité pour Israël. Le lobby israélien a senti une trahison avec cet

¹³ 'About', *Representative Ilhan Omar*, 2012 <<http://omar.house.gov/about>> [accessed 22 January 2023].

¹⁴ Voici une définition de ce qu'est la guerre de proximité ou la guerre proxy ou encore guerre par procuration : « La formule « war by proxy » a été utilisée pour la première fois par Zbigniew Brzezinski, conseiller du président Jimmy Carter. Elle désigne une guerre où deux pouvoirs s'affrontent, mais indirectement, en soutenant financièrement ou matériellement d'autres puissances ou groupes militaires qui sont eux en conflit direct sur le terrain. » Marwa El Boujemi, 'La guerre civile libanaise : conflit civil ou guerre par procuration ? 1970-1982', *Bulletin de l'Institut Pierre Renouvin*, 43 (1), 2016, p. 156).

accord et a mis tout son poids pour élire Donald Trump. Deuxièmement, afin de satisfaire ses promesses électorales et son électorat, Trump annonce le 8 mai 2018¹⁵ le retrait des États-Unis de l'accord nucléaire iranien, un an après le début de la crise du Golfe et après le remplacement de son ministre des affaires étrangères par Michael Pompeo¹⁶, l'ancien directeur de l'agence centrale des renseignements américains (CIA). Le maestro du rapprochement affiché avec l'Arabie Saoudite et Israël est le cerveau¹⁷ de l'assassinat en Irak du général iranien Qassem Soleimani (l'Ancien chef de la Force Qods, qui conduit des opérations extérieures des Gardiens de la Révolution). Le troisième facteur, est le paiement d'une rançon qatarienne pour libérer un otage qatari de l'Irak, détenu par une milice chiite pro-iranienne, ce qui suppose une forme de détournement du régime iranien des règles, pour obtenir une fluidité en espèces : « *À cela s'ajoute le paiement par le Qatar d'une rançon de plusieurs millions de dollars en avril 2017, à des milices chiites irakiennes afin d'obtenir la libération de membres de la famille royale qatarie détenus dans le sud de l'Irak. La médiation de la Russie et de l'Iran ayant été mentionnée, le versement de cette rançon à des milices soupçonnées d'être à la solde de Téhéran n'était guère de nature à apaiser des relations déjà tendues entre le Qatar et ses voisins* »¹⁸. Donc un rapprochement entre Téhéran et Doha a suscité la colère de l'Arabie-Saoudite qui a vu en janvier 2016 son ambassade¹⁹ en Iran attaquée et brûlée en signe de refus de l'exécution de *Nimer al Nimer*. L'Arabie Saoudite et l'Iran se livrent une « guerre proxy » sur plusieurs fronts : - interne : quand l'Iran s'ingère dans les affaires saoudiennes et réagit en gardien de chiites saoudiens, et – externe: en Irak, en Syrie, au Liban et enfin au Yémen.

Si nous regardons de près la structure du CCEAG, l'absence d'un organe dissuasif au sein de celui-là, est un des facteurs de tensions internes, ce que la crise de 2014 a montré ainsi que celle de 2017. L'inexistence d'un mécanisme clair pour régler les disputes entre membres fait que les crises deviennent une occasion d'intimidation et de montrer les muscles. La question qui se pose est alors

¹⁵ 'Donald Trump annonce le retrait des États-Unis de l'accord sur le nucléaire iranien', *Le Monde.fr*, 8 mai 2018.

¹⁶ 'Pompeo: l'assassinat de Soleimani, une stratégie de «dissuasion»', *Le Figaro*, 14 janvier 2020.

¹⁷ 'Why Soleimani's Death Is Personal for Pompeo', *BBC News*, 15 January 2020, section US & Canada <<https://www.bbc.com/news/world-us-canada-51069090>> [accessed 16 March 2023].

¹⁸ Chaker, *op. cit.*, p. 77.

¹⁹ 'En Iran, condamnation unanime après l'attaque de l'ambassade saoudienne', *Le Monde.fr*, 4 January 2016 <https://www.lemonde.fr/proche-orient/article/2016/01/04/condamnation-unanime-en-iran-apres-l-attaque-de-l-ambassade-saoudienne_4841522_3218.html> [accessed 22 January 2023].

comment les petits pays se sentent en sécurité au sein de CCEAG sur le long terme en cas de désaccord entre les intérêts nationaux et le courant politique des grands pays membres ? Quel difficile équilibre à trouver ?

3.2. L'exploitation de l'espace numérique comme terrain de guerre et l'usage excessif des réseaux socionumériques (RSN) par les États durant cette crise.

Sur le plan politique, on a vu des similarités entre les deux crises du Golfe. Il est temps de se pencher sur ce qui distingue la dernière crise de 2017. La longévité, la profondeur et les peuples sont touchés, pour cause : l'investiture de l'espace numérique comme terrain de guerre. La mobilisation de l'outil numérique sous différentes déclinaisons accompagne cette crise du début à la fin. Auparavant les crises ou les tensions politiques, entre les membres du conseil, restaient strictement confidentielles à haut niveau derrière les portes closes, où elles y étaient également réglées, 2017 fait exception.

Le fait que cette crise a commencée par une « *fake news* » et un *hacking* prouve qu'il y a un bond dans ce secteur, et un savoir-faire acquis. Traditionnellement, une guerre fait appel à l'image des armes de deux armées qui se confrontent. Depuis la Guerre froide cette image a basculé, d'autres moyens ont surgi sur le terrain de guerre : la communication et les médias de masse. Récemment, comme la logique l'impose pour avoir une guerre d'opinions il faut aller vers le public où il se trouve, ces jours-ci le public est derrière les écrans, les smartphones et les tablettes.

D'où le besoin des gouvernements de comprendre l'importance des réseaux sociaux qui occupent un large temps des internautes. « *On peut donc affirmer que l'une des principales caractéristiques de la guerre à l'heure des réseaux sociaux est la guerre de l'information.* »²⁰. Ce changement de paradigme n'est pas radical car les pratiques traditionnelles ont trouvées une adaptation numérique, comprendre l'usage des réseaux sociaux et pouvoir manipuler un levier numérique serait l'équivalent aux usages des chars pendant la première guerre mondiale et l'équivalent de l'aviation dans la deuxième guerre mondiale pour garantir la victoire :

« Il convient donc de s'adapter au cyberspace sans oublier les techniques d'hier, qui peuvent encore s'appliquer aujourd'hui. Le cyberspace est encore un territoire à conquérir. Il convient de ne pas laisser de répit à l'ennemi dans la guerre

²⁰ Hugo Benoist, 'La guerre à l'heure des réseaux sociaux', *Revue Défense Nationale*, 784 (9), 2015, p. 54.

informationnelle. **Les réseaux sociaux en sont actuellement les armes de prédilection ; maîtriser ses outils en connaissant leurs forces et faiblesses nous permettra, dans une perspective offensive, de faire évoluer la situation.** »²¹

Plusieurs événements récents prouvent la vitalité du cyberspace dans les conflits. L'effet online/offline, va et vient entre le monde réel et le numérique. Adossé par de multiples exemples dont un exemple fulgurant qui est aussi un élément à prendre en compte dans l'ampleur du numérique pendant la crise de 2017 : c'est l'usage de numérique par 'Daesh', cette organisation terroriste qui n'a pas laissé une faille numérique sans la détourner à son profit : « *On constate qu'à l'heure des réseaux sociaux, la stratégie de Daesh illustre bien le fait qu'Internet est l'arme par excellence du faible vis-à-vis du fort. Les réseaux sociaux amplifient ce phénomène.* »²². Elle s'est engouffrée même dans les jeux vidéo pour le recrutement des nouveaux membres. Par ailleurs, cette lutte contre Daesh a poussé des grandes puissances comme la France à prendre des précautions extrêmes quand il s'agit des RSN :

« Mais à partir de 2014, les acteurs de la sécurité nationale en France modifient leur vocabulaire et délaissent le terme de cyberspace pour celui d'« espace numérique ». Ce basculement est motivé par l'émergence d'une **nouvelle menace : l'utilisation des réseaux sociaux** par le groupe terroriste *Etat islamique* pour recruter, financer et surtout diffuser sa propagande. Le terme de cyberspace est alors jugé trop restrictif pour faire face aux enjeux posés **par la propagande puis les manipulations de l'information, nécessitant un changement de stratégie.** »²³

L'expérience dans la lutte contre Daesh dans le moyen orient, principalement le Golfe d'où partait les troupes de l'alliance internationale contre Daesh, a contribué largement dans le savoir-faire numérique des pays arabes du Golfe. C'est un moment privilégié de transfert de savoir. Les armes numériques avec lesquelles on combattait Daesh ont bien servi à déclenché la crise du Golfe par

²¹ Benoist, p. 58.

²² *Idem*, p. 56.

²³ Thierry Berthier, 'Hacktivisme : vers une complexification des cyberattaques', *Revue Defense Nationale*, N° 784 (9), 2015, p. 92).

le hacking et la diffusion de fausses informations. Dorénavant ce qui a permis à la crise de durer c'est certes une volonté politique des quatre pays d'épuiser le Qatar, mais c'est essentiellement l'acharnement médiatique sur les antennes et sur les réseaux sociaux. Il est légitime de poser la question de comment ces réseaux peuvent avoir l'impact d'une armée ? Comment peut-on faire ce parallèle ? « Les réseaux sociaux présentent de graves risques militaires, en facilitant la fuite, volontaire ou non, d'informations confidentielles, en multipliant les menaces d'infiltration, en offrant un potentiel viral aux messages nuisibles à l'image des armées »²⁴. La gravité de cette crise dont le secteur énergétique du monde entier est dépendant, a été divulgué lors de la conférence de presse entre l'émir du Koweït à l'époque cheikh Sabah Al Ahmad Al Jaber Al Sabah avec le président américain Donald Trump. L'émir doyen des diplomates dans le monde a affirmé qu'une invasion militaire du Qatar a été évité de justesse. Pour autant si les bottes n'ont pas bouger sur le sol, l'univers des réseaux sociaux était transformé en un front pour cause :

« Le paradigme créé par les réseaux sociaux met en avant la notion de communauté, gratuite, collaborative et désorganisée ; où ne comptent ni le temps ni l'espace : tout y est immédiat et à portée de clic, sur un champ de bataille dématérialisé ; et où surtout domine l'image, le visuel, la désintermédiation de l'opinion publique. {...}²⁵ Car si l'espace est aboli, le temps aussi est pensé différemment sur les réseaux sociaux. À l'image des fils d'actualité, périmés en quelques minutes, et des *hot topics* qui se succèdent de jour en jour, la messagerie y est instantanée et le transfert de fichiers immédiat »²⁶.

L'immédiateté et l'abolition des frontières font que les crises absorbent plus d'attention surtout quand elles sont accompagnées de tentatives d'internationalisation. De même lorsqu'elles migrent sur un autre terrain, prenons le terrain sportif : afin de nuire à l'investissement qatari au PSG, les images de joueurs et les maillots ont été interdites par une loi aux Émirats Arabes Unis. Sur le terrain des réseaux sociaux une fois que cette crise a été officiellement finie, officieusement elle continue ou est peut-être en préparation pour des crises à venir, les États du Golfe ont misé sur les actions de Twitter et d'autres plateformes.

²⁴ Laura Sibony, "Les réseaux sociaux transforment-ils la guerre ?", *Revue Défense Nationale*, 784, 2015, p. 49.

²⁵ Sibony, *op. cit.* p. 49.

²⁶ Sibony, *op. cit.* p. 51.

Vue l'ampleur des RSN dans la communication présente, comme nous allons le voir, le corpus que nous étudions provient justement d'Instagram et de Youtube : « *La plus visible des transformations de la guerre par les réseaux sociaux reste cependant celle des modes et styles de communication, dominés par la dictature des images. {...} En fin stratège, Napoléon l'avait déjà annoncé : « Un bon croquis vaut mieux qu'un long discours ».* La vidéo a pris le pas sur les croquis mais le constat reste identique : *il faut voir pour croire* »²⁷. On aura l'occasion dans les parties à venir d'étudier longuement les vidéos qui montrent différents aspects de cette crise.

3.3. Entre techniques et manipulations numériques : la face cachée des recours aux cyberattaques et au cyber espionnage dévoilent la défaillance au niveau structurel et international des organisations multiétatiques.

Toujours dans le même élan, nous voulons ici mentionner trois armes numériques mobilisées pendant cette crise de 2017. Une remarque avant qu'on attaque les exemples concrets, serait la similarité entre les techniques déployées durant la crise de 2017 et celle des élections américaines, on dirait même que c'est la source d'inspiration. Faisant allusion à ce que l'on vient d'affirmer, un évènement phare renvoie à cette guerre virtuelle, qui a duré le temps de cette crise, le hacking de courriel de l'ambassadeur émirati *Youssif al Otibah*²⁸ aux États-Unis, à l'image, justement, de ce qui s'est passé avec Hillary Clinton pendant les élections contre Trump. C'est une double opération : c'est d'abord un hacking de correspondances privées de l'ambassadeur avec des responsables américains qui s'est mue ensuite en fuite volontaire vers la presse. Le choix des thématiques laisse penser que c'est un coup qatari, sous forme de représailles en réponse au hacking de l'agence de presse qatarie. Ces thématiques montrent l'implication de l'ambassadeur dans des activités anti-Qatar et anti-Al-Jazeera.

Une deuxième technique qui a animé les tensions tout au long de cette crise, surtout sur les réseaux sociaux, est ce que l'on appelle les *Bots* :

²⁷ Sibony, p. 51.

²⁸ Zaid Jilani, Ryan Grim June 3 2017, and 3:54 P.m, 'Hacked Emails Show Top UAE Diplomat Coordinating With Pro-Israel Think Tank Against Iran', *The Intercept* <<https://theintercept.com/2017/06/03/hacked-emails-show-top-uae-diplomat-coordinating-with-pro-israel-neocon-think-tank-against-iran/>> [accessed 1 February 2023].

« Un social bot est un programme automatique qui simule le comportement humain sur les réseaux sociaux. Les robots sociaux prennent part à des discussions sur Twitter ou Facebook et apparaissent comme des utilisateurs humains. Ils diffusent sur les médias sociaux du contenu relatif à un thème spécifique, la plupart du temps avec la finalité **d’influencer la formation d’opinion du public** »²⁹

Comprendre le rôle de ces bots dans la crise du Golfe, est nécessaire. Ils ont participé à relayer rapidement les fausses informations au sujet du site piraté de l’agence de presse nationale qatarie. Ce fait a enflammé les réseaux et a servi à créer le choc voulu auprès du public. Le démenti officiel qatari cependant n’a pas eu le même effet viral. Pareil à chaque fois que Al-Jazeera publie sur les réseaux un post en lien avec la crise ou les dirigeants de ces pays, on voit surgir des vagues de commentaires négatifs ou des insultes, selon le camp. Grâce à Elon Musk avec son rachat de Twitter³⁰ la lumière a été mise sur ce phénomène. Sur les réseaux sociaux, il est donc difficile de se fier au nombre d’utilisateurs car on ne sait pas s’il s’agit de véritables personnes³¹, idem pour le nombre d’abonnés, le nombre de vues et de likes, tout peut s’acheter. Cette effet trompe l’œil trompe aussi les algorithmes et participe à mettre en valeur certaines publications aux dépens d’autres. Le but de cette technique est clair : influencer donc les opinions, polariser puis borner les esprits.

« Les social bots **feignent d’être des utilisateurs humains sur les réseaux sociaux**. Ils ne donnent aucun indice pour pouvoir détecter qu’il s’agit de machines. Ils sont cependant évalués comme « *fake accounts* ». Les autres utilisateurs sont trompés par des données de profil pertinentes et partent du principe qu’ils ont affaire à des

²⁹ ‘Social bots : la technologie derrière les fake news’, *IONOS Digital Guide*, 2022. <<https://www.ionos.fr/digitalguide/web-marketing/les-media-sociaux/social-bots/>> [accessed 1 February 2023].

³⁰ ‘Elon Musk Puts Twitter Deal on Hold over Fake Account Details’, *BBC News*, 13 May 2022, section Business <<https://www.bbc.com/news/business-61433724>> [accessed 1 February 2023].

³¹ Dario Compagno, Nathalie Pignard-Cheynel, « Le rôle des newsbots et de la publication automatisée dans la mise en circulation des contenus d’actualité sur Twitter » in Mercier A., Pignard-Cheynel N. (dir.), *#info. Commenter et partager l’actualité sur Twitter et Facebook*, Paris, Éditions de la Maison des sciences de l’homme, 2018, p. 29-53.

humains. Ce type de robot est souvent mis en place pour propager les opinions sur les réseaux sociaux ou activer une discussion dans le sens des utilisateurs. Ils influent alors sur les discussions publiques envers un parti ou un candidat politique spécifique. Pour discréditer les opposants politiques, les social bots utilisent la désinformation. Il n'est donc pas étonnant que cette technologie fasse souvent débat avec des termes explosifs tels que « fake news » (fausses informations), « *hate speech* » (incitation à la haine), « *filter bubbles* » ou la bulle de filtres ou encore le « *feedback loop* » (boucle de rétroaction) »³².

Nous venons donc de constater que cette technique accompagne d'autres pratiques négatives durant les grands moments politiques, c'est le cas avec la crise de 2017 où se sont reproduites ces techniques.

La troisième et dernière technique de cette crise est le cyber-espionnage. Nous avons trouvé une définition juridique du terme : « *Ensemble d'actions menées dans le cyberspace consistant à infiltrer, clandestinement ou sous des prétextes, les systèmes informatiques d'une organisation ou d'un individu, et à s'emparer de données pour les exploiter. Le cyberespionnage se pratique notamment par le biais de logiciels malveillants ou espions, de cyberattaques persistantes, ou en mettant à profit les vulnérabilités des systèmes informatiques* »³³. Le caractère juridique de cette définition inscrit cette acte (le cyberespionnage) dans la cybercriminalité. La cible ici d'un tel cyberespionnage est 36 journalistes d'Al-Jazeera³⁴. Ceci a été possible grâce à un logiciel malveillant du nom de « Pegasus/ NOS group », Al-Jazeera en arabe a fait un reportage sur ce groupe et ce logiciel dans lequel elle fait part de ces accusations publiquement. L'étendue et l'ampleur du numérique est tout à fait claire, un savoir-faire a été acquis et mis en service d'une volonté politique. On ouvre une parenthèse ici : Ceci nous a fait pousser les limites de notre recherche pour aller explorer au niveau du droit international, comment faire face à ce cyberspace

³² 'Social bots : la technologie derrière les fake news', *IONOS Digital Guide*, 2022.

³³ 'Cyberespionnage / FranceTerme / Ressources / Accueil - Culture.Fr' <<http://www.culture.fr/franceterme/terme/JURI62>> [accessed 1 February 2023].

³⁴ 'Al-Jazeera Journalists Hacked Using Israeli Firm's Spyware' <<https://www.al-jazeera.com/news/2020/12/21/al-jazeera-journalists-hacked-by-spyware-sold-by-israeli-firm>> [accessed 18 January 2021].

et les notions de cybersécurité qui font évoluer l'approche traditionnelle du temps et de l'espace basculant ainsi les notions de base comme la souveraineté, les frontières, même la guerre, une fois métamorphosés en ligne celles-ci handicapent le droit international par manque d'instances ou d'accords qui régulent le cyberspace. Nous faisons ce constat : qu'il existe un décalage entre l'infrastructure légale ou réglementaire et les cyberattaques, les lois viennent souvent post attaques avec un retard considérable comme un constat des dégâts subis.

Le Conseil de Coopération des États Arabes du Golfe souffre de ce handicap, il faudra que les questions de cybersécurité soient traitées avec sérieux et expertise, en un front commun. Les spécificités nationales quant à la liberté d'expression sont à prendre en compte en favorisant un plafond haut de liberté où prospère la créativité entre autres.

3.4. La fin de cette crise : les cicatrices et les espoirs pour l'avenir.

La fin de cette crise annoncée par l'ex-ministre des Affaires étrangères koweïtien cheikh Dr Ahmad Nasser Al Mohamad Al Sabah au mois du décembre a porté une joie immense pour le peuple du Golfe. La crainte de voir s'effondrer cette solidarité *khaliji* et de voir le '*dernier bastion du travail d'équipe arabe*'³⁵ succomber à une crise ambiguë, qui avec le covid n'a fait qu'affaiblir ses membres, était omniprésente. Mise à part les sentiments positifs et la joie surtout koweïtienne de la réussite de la médiation diplomatique, de nombreuses questions restent non résolues : - Comment est réglé cette crise ? - Quel est le prix de la réconciliation ? - Quel est l'avenir du Conseil de Coopération ? - Les choix individuels en matière de politique étrangère (régionale) des membres du CCEAG, comme le Bahreïn et les émirats de signer l'accord d'Abraham, rendent-ils impossible le rêve d'unité et de fusion ? - Le retour de l'extrême (politique et médiatique) va-t-il restaurer la confiance ? - Comment maintenir l'unité de cette institution ? – À qui a profité cette crise ? Comment a-t-elle fait évoluer la balance de puissance régionale ?

Les cicatrices seront pour les pays de petites tailles, leurs survies devenues un souci existentiel. Les politiques américaines qui changent tous les quatre ans et qui vacillent entre une implication et un rôle actif dans la région, et un délaissement accompagné un chaos causé par son désintérêt pose un grand défi aux états du Golfe. Même si la politique de se tourner vers l'Asie ne date pas de 2017, ces pays ont déjà pressenti l'instabilité américaine et les conséquences de cette instabilité sur la région, se tourner vers de nouveaux partenariats (la Chine en l'occurrence) garantissent encore plus la stabilité pour les pays arabes du Golfe. La diversification est la leçon à retenir : diversifications de sources de rentabilité d'états, de sources alimentaires, d'alliés politiques internationaux, sont nécessaires surtout pour les petits États. Le Qatar a su tenir tête et a récolté le succès de son soft-power, en dépit des pertes économiques et du stress. Ce pays a navigué dans une tempête, et a dressé la plus belle histoire de victoire en restant focalisé sur ses objectifs et en

³⁵ Phrase que nous traduisons et reprenons d'un discours d'inauguration de l'Assemblée Nationale koweïtienne par l'ancien Émir du Koweït en octobre 2017, son altesse cheikh Sabah Al Ahmad Al Jaber Al Sabah. Il est important de préciser que dans ce discours on affiche pour la première fois à un si haut niveau la peur d'une échec de la médiation koweïtienne et par conséquent la peur aussi de l'effondrement du CCEAG.

accueillant avec succès la coupe du monde de football. Ce qui a été abîmé par la politique, s'est trouvé apaisé par le sport.

Dans le partie qui suit nous allons étudier une des treize demandes : Al-Jazeera et son rôle lors de cette crise et voir l'importance du volet numérique de cette chaîne et l'impact de l'information sur les réseaux sociaux pour les jeunes de cette zone.

Partie II

Journalisme et propagande numérique d'Al-Jazeera au service du Qatar durant la crise de 2017

Dans ce partie, il s'agit de voir si Al-Jazeera a eu recours à la propagande durant la crise du Golfe de 2017, ceci, à travers les réseaux sociaux et plus précisément Instagram. L'enjeu est de démontrer que la chaîne jouit de plus de liberté sur les réseaux sociaux, que les lignes éditoriales sont invariables partant de la chaîne télévisuelle au site Internet arrivant aux RSN. Dorénavant ce qui change c'est la façon de traitement de l'information (news) : l'adaptation du récit et la narrativité sur les RSN. La pratique journalistique d'Al-Jazeera met l'accent sur une narrativité exceptionnelle qui attire téléspectateurs comme usagers d'Internet sur différentes plateformes.

Dans un cadre exceptionnel qui est cette crise du Golfe (2017), les lignes éditoriales de cette chaîne ont favorisé, surtout sur les RSN, une propagande qui met en question la crédibilité de la chaîne ainsi que les pays de quartette et les médias arabes adversaires. La crédibilité d'Al-Jazeera a été aussi ébranlée, rappelons-le, pendant le « Printemps arabe » où plusieurs failles sont apparues dans sa couverture médiatique notamment en Égypte. La question perpétuelle qui se posait dans des études antérieures est de voir de quel traitement médiatique bénéficierait le Qatar en cas de crise intérieure, et comment Al-Jazeera allait se positionner par rapport à son hôte et son fondateur, dont elle avait montré jusqu'au « Printemps arabe » un certain détachement crédibilisant ses paroles. Cette occasion d'étudier ces rapports complexes se présente à nous tout au long de ce partie.

1. La genèse d'Al-Jazeera

Al-Jazeera a été créée en 1996, la chaîne et le *Network* ont fait l'objet de plusieurs études et ouvrages. Cette partie ne sera pas exhaustive, elle a pour but d'exposer rapidement les moments politico- médiatiques les plus importants de ces 25 ans d'existence.

1.1. Origines et création d'Al-Jazeera

La création de cette chaîne s'est faite avec l'envie de produire et présenter une narrativité et une vision différentes sur les événements qui touchent le citoyen dans le monde arabe, mais surtout de briser le monopole médiatique saoudien (MBC, ART, ORBIT, LBC) et égyptien. Al-Jazeera était à la base un projet de BBC en arabe, basé en Arabie saoudite. Un accord n'a pas été possible pour cause d'impossibilité d'harmonisation des points de vue de la BBC et la politique médiatique de l'Arabie qui manque de liberté d'expression. Le malheur de la BBC en Arabie- saoudite a fait alors le bonheur de Doha qui a mis la main sur des journalistes arabes³⁶ de grandes compétences, hautement expérimentés, de différents courants idéologiques.

Au Qatar le lancement d'Al-Jazeera est venu à un moment historiquement important après le renversement de cheikh Khalifa Bin Hamad Al-Thani le 27 juin 1995, par son fils, à l'époque premier ministre du Qatar Hamad Bin Khalifa Al-Thani. La page du règne de cheikh Khalifa Bin Hamad Al-Thani étant tournée pour laisser place à une vaste vague de modernisation et pour le faire savoir le Qatar a besoin de créer une nouvelle identité. L'action de modernisation et de renaissance s'est faite sur plusieurs plans (diplomatique, sportif, culturel et éducatif).

Notons que le processus de modernisation et cette volonté de changement n'est pas un phénomène Qatari dans la région ; le Shah d'Iran avait été lui le premier à lancer un processus de modernisation de développement et de progrès. Pour revenir à l'autre rive du Golfe, du côté des pays CCG, le

³⁶ Ces journalistes sont largement issues de la Palestine et du levant ainsi que des égyptiens. Celui qui a présenté le projet et qui était le premier directeur de la chaîne est un palestinien : Adnan Sharif selon : Claire-Gabrielle Talon, *Al-Jazeera: Liberté d'expression et Pétronomie*, Proche Orient / Presses Universitaires de France, 1. Ed. (Paris: Presses universitaires de France, 2011), p. 33.

Koweït a connu cela dans les années 1960 et 1970. Hélas, à chaque fois, que ça soit l'Iran, le Koweït ou le Qatar, les crises politiques (internes ou externes) ne vont pas tarder à éclater pour freiner la modernisation. À noter au passage que les pays arabes du Golfe ont appris la leçon et ont tous tenté de garder un équilibre difficile entre la modernisation et les traditions, ou plutôt entre modernisation et maintien du pouvoir pour pas tomber dans le piège du Shah.

Leçon apprise de l'histoire et avec une crainte sécuritaire, le nouveau régime Qatari a accueilli des journalistes à Doha pour solidifier son *Soft-Power* car un pays de la taille du Qatar ne peut évidemment pas se mesurer à ses géants voisins :

« Ce n'est qu'après la tentative de coup d'État menée contre lui par son père le 16 février 1996 quand il réalisa que l'Arabie Saoudite était prête à financer un renversement du régime, que le cheikh Hamad ben khalifa choisit d'installer les journalistes au cœur de la capitale qatarie, le choix d'un media on shore s'imposant donc avant tout à lui pour des raisons sécuritaires. Ni le choix de l'installation de la chaîne sur le territoire national ni celui d'un format informatif ne relevèrent ainsi à l'origine d'un projet médiatique délibérément réformiste. Ils ont d'abord répondu à des enjeux stratégiques, diplomatiques et sécuritaires »³⁷

L'appui financier de l'État Qatari est donc inévitable à ce stade et le statut d'Al-Jazeera reste ambigu, ce n'est ni une chaîne publique, ni une chaîne privée.

1.2. Les prémices d'une pratique journalistique disruptive : le 11 septembre 2001 et la guerre contre le terrorisme (2001-2003).

Plusieurs événements phares ont eu lieu dans cette année (2001) :

L'administration américaine a été fortement contrariée de l'époque par la couverture médiatique réalisée par Al-Jazeera des événements du 11 septembre 2001, et par l'obtention et la diffusion des

³⁷ Talon, *Al-Jazeera*, p. 34.

vidéos d'Oussama Ben Laden en exclusivité. La guerre en Afghanistan aussi a bénéficié d'une couverture exceptionnelle par Al-Jazeera où la lumière a été mise sur la souffrance de la population afghane durant cette guerre.

Ensuite, le lancement du site en arabe après six ans et son succès comme chaîne télévisuelle d'informations en continue, ce qui a surpris en peu de temps les téléspectateurs par son style et les discussions politiques assez vives et relativement libres dont on n'a pas l'habitude. Aussi, soulignons-le, « le point de vue arabe » de traitement de l'information, ce n'est ni un regard extérieur (par des étrangers) qui traite les événements qui touchent les Arabes, ni un point de vue officiel. Ce qui a commencé à établir la crédibilité de la chaîne, couplé, bien sûr, au degré de professionnalisme de ses journalistes hors pair dans les médias arabes. Cette crédibilité va se confirmer en 2003 quand Al-Jazeera va divulguer les multiples dérives de l'armée américaine en Irak, notamment dans la prison d'Abou Ghraib dont le recours à la torture des prisonniers ; l'élan anti-américain d'Al-Jazeera est adossé à des irréfutables preuves.

Le succès d'Al-Jazeera va vite prendre une autre tournure et elle va concurrencer des géants (CNN, BBC) peu de temps après :

« Al-Jazeera va se développer rapidement en lançant son site Internet à partir de 2001 et des chaînes spécialisées comme Al-Jazeera *Al-Riyadiya* (sportive) en 2003. En 2006, la chaîne a amorcé un tournant décisif, en lançant la version anglaise d'Al-Jazeera dont on estime entre 10 et 15 millions le nombre quotidien de téléspectateurs à travers le monde. Avec cette version anglaise, Al-Jazeera a cassé le monopole des principales chaînes mondiales telles que CNN et la BBC ; devenant ainsi un vecteur alternatif d'information, elle concurrence dorénavant ces chaînes sur leur propre terrain »³⁸.

Le succès d'Al-Jazeera a accru le nombre de ses ennemis. Au début, rappelons-le : l'Arabie-Saoudite et l'Égypte ont tout fait pour lui bloquer l'accès au marché publicitaire, c'était une guerre commerciale pour l'affaiblir financièrement. Ensuite avec les États-Unis, taclés à deux

³⁸ Kamal Kajja, 'Al-Jazeera, phénomène ou leurre ?', *Herodote*, n° 133 (2), 2009, p. 155.

reprises ; le sentiment anti-américain dans les pays arabes a été tellement haut, que sur le plan politique, l'Amérique (deux administrations sont concernées G. Bush junior et Obama) commence à mettre la pression sur le Qatar. Par ailleurs, les États-Unis vont aussi essayer de faire un effort médiatique dédiée aux pays arabes : avec la chaîne radio « *Sawa* » et la chaîne télévisuelle « *Al-Hurra* » dans le cadre de ce qui connue comme « *Public Diplomacy* » où l'administration Obama s'investit le plus, pour atténuer les dégâts fait à l'image des États-Unis d'Amérique , cela a bien évidemment un coût (voir le [tableau1](#)) :

« Afin de contrer l'influence d'Al-Jazeera, l'administration américaine, en plus des pressions qu'elle exerce sur l'Émir du Qatar pour qu'il oblige la chaîne à changer sa ligne éditoriale, a essayé de mettre en place un programme de propagande qui avait pour but de promouvoir la politique américaine au Moyen-Orient. La chaîne modifia légèrement son discours, sous la pression américaine, mais rien ne changea concernant le fond de ses programmes »³⁹.

Une vague de concurrence médiatique depuis a été lancée à l'échelle internationale où les chaînes d'information en continue ont fleuri sur tous les continents, on peut citer quelques exemples :

« En 2007, la Russie lance elle aussi sa chaîne d'information en arabe, *Rusiya al Yaum*, petite sœur de la plus connue *Russia Today*. Elles sont rejointes en 2008 par la Grande-Bretagne (*BBC TV Arabic*) puis par l'Union européenne (*Euronews Arabic*) et par la Chine en 2009, avec le lancement d'une version arabophone de *CCTV*. Si la France avait lancé *France 24 Arabic* en 2006 {...} plus intéressant encore : les puissances régionales dont l'arabe n'est pas la langue majoritaire sont également parties prenantes de cette course à l'influence. L'Iran propose ainsi depuis 2003 *al Alam*, une chaîne arabophone

³⁹ Kajja, *idem*, p. 185.

d'information, et la Turquie la chaîne d'*Entertainment* TRT el Türkiye, en arabe également, depuis avril 2010 »⁴⁰.

Cela nous indique que le marché médiatique arabe est important en termes de consommateurs mais aussi en termes de géostratégie, c'est la raison derrière la présence médiatique de ces forces mondiales auxquelles on n'oublie pas d'ajouter les forces régionales :

« Les puissances régionales dont l'arabe n'est pas la langue majoritaire sont également parties prenantes de cette course à l'influence. L'Iran propose ainsi depuis 2003 al Alam, une chaîne arabophone d'information, et la Turquie la chaîne d'*Entertainment* TRT el Türkiye, en arabe également, depuis avril 2010 »⁴¹.

Nous nous sommes inspirés de Théo Corbucci, l'auteur de l'article « les quatre vies d'Al-Jazeera » pour vous présenter un tableau qui résume bien le coût et les dépenses faites dans ce marché d'information en continu en langue arabe, mais aussi d'autres sources pour avoir une vision panoramique sur ces chaînes :

Nom de la chaîne	Pays d'appartenance	Année D'ETABLISSEMENT	BUDGET
Al- Hurra	USA	2004	100 millions de dollars
Euronews	Europe	2008	5 millions d'euros
Rusiya al Yaum	Russie	2005	30 millions de dollars / an
<i>BBC ARABIC</i>	Grande Bretagne	2008	25 millions pounds + 6 millions de la part du gouvernement pour diffuser 24h/24

⁴⁰ Théo Corbucci, 'Les quatre vies d'Al-Jazeera', *Géoéconomie*, 62, 2012, p. 93.

⁴¹ Corbucci, *idem*, p. 93.

Nom de la chaîne	Pays d'appartenance	Année D'ETABLISSEMENT	BUDGET
<i>Al-Arabiya</i>	MBC- groupe Arabie saoudite	2003	300 millions dollars / 5 ans
France 24 en arabe	France media monde	2007	18 500 euros * *pour l'ensemble du groupe fr24 en 2006
Cctv	Chine	2009	6.6 milliards dollars
Sky News Arabia	Skynews et Emirats arabes unis	2012	50% sky news groupe 50% cheikh Mansour bin Zayed Al Nahyan (aucun chiffre précise n'a pu être obtenu)
AL-ALAM	Iran (IRIB)	2003	Entre 10 et 15 millions d'euros/ par an
TRT ARABI	Turquie	2010	(Aucun chiffre précise n'a pu être obtenu)
Deutsche Welle Tv ARABIA	Allemagne	2002	14,236,210.18 EUROS en 2020 * en 2020 pour l'ensemble de groupe DW.

Tableau 1 chaîne s d'information en continue en langue arabe

Cet acharnement politico-médiatique mérite une longue réflexion sur les raisons qui poussent tous ces pays à investir des sommes astronomiques dans ce domaine : pourquoi est-il important de présenter sa propre narrativité et interprétation des « news » dans cette zone ? Cela dépasse largement le cadre d'une diplomatie publique et de *soft power* ; aussi il faut l'admettre la plupart des pays inscrits sur ce tableau ne sont pas démocratiques et la liberté d'expression et de presse est au plus bas sur les indices de liberté d'expression journalistique. La question la plus importante est : pourquoi vouloir entrer dans ce marché juste pour concurrencer Al-Jazeera ? C'est sans

doute un des bienfaits d'Al-Jazeera de leur avoir ouvert la voie pour démocratiser cet espace médiatique avec la présence de plusieurs acteurs et bien évidemment plusieurs agendas politiques qui suivent. Il en est même marrant de trouver dans un projet de loi du Sénat⁴² français un clin d'œil à Al-Jazeera sans même mentionner le nom de la chaîne et de dire que la chaîne de France 24 Arabe s'agissant de la notoriété de la France 24 au Maghreb :

« France 24 est devenue la chaîne d'information internationale la plus regardée sur la zone, devançant l'ensemble de ses concurrentes, y compris les chaînes panarabes. »

L'objectif est donc clairement cité : concurrencer ou fragmenter l'audience d'Al-Jazeera. Ainsi Al-Jazeera est devenu le baromètre du succès et l'exemple à prendre ceci jusqu'à nos jours.

L'auteur Tourya Guaaybess décrit ce phénomène en termes de *confluence médiatique*. Voici comment elle le définit :

« Ces évolutions ont permis l'émergence de nouveaux médias, et l'intégration de ceux-ci au sein d'un système médiatique élargi. Cette intégration, que nous décrivons par le terme de « **confluence médiatique** », pour souligner sa progressivité et son ampleur, s'est manifestée par une adaptation des modes de production médiatique, et par de nouveaux usages des médias par les audiences : les évolutions technologique, économique et sociale ont été parfois considérables, et créer un terrain fertile à cette confluence qui a renforcé les liens entre les différents médias sans pour autant les mélanger dans un magma numérique. »⁴³

⁴² 'Projet de Loi de Finances Pour 2020 : Avances à l'audiovisuel Public : France Médias Monde et TV5 Monde' <<https://www.senat.fr/rap/a19-142-10/a19-142-104.html>> [accessed 28 January 2021].

⁴³ Tourya Guaaybess, *Les Médias Arabes : Confluences Médiatiques et Dynamique Sociale*, Paris, CNRS éditions, 2011, p. 85.

Elle a donc établi ce terme, partant d'un autre point de vue qui est celui d'un système médiatique arabe plus complexe. Elle, en revanche, regarde certes Al-Jazeera avec désamour, mais ne lui désarme pas de son efficacité et de la diversité de l'offre médiatique faite par cette chaîne.

1.3. La couverture médiatique contestée d'Al-Jazeera lors du « Printemps arabe »

Le Printemps arabe a redoré le blason d'Al-Jazeera au début, et lui a redonné une vie après une petite période de calme relatif. Il est nécessaire de souligner qu'Al-Jazeera était sujet à une réforme interne assez étendue, il en résulte un changement de statut légal '*Al-Jazeera Media Network*' ou sa finance et ses équipes ont été touchés. Ce changement garantissait deux choses : la première, de ne pas être soumis à la loi locale concernant les médias au Qatar, la deuxième, d'assurer l'expansion de cette chaîne et les déclinaisons selon les régions visées ou chaînes spécialisées mais aussi de regrouper tout autre branche d'Al-Jazeera comme « *Al-Jazeera Media Institute* » l'institut de journalisme rattaché à cette chaîne. Un mystère demeure non-résolu, concernant le financement d'Al-Jazeera par l'État du Qatar, et comment un État continue de financer ce monstre médiatique, qui revendique son indépendance totale du Qatar et dont le statut légal a aussi changé pour devenir une entreprise privée.

Durant les révoltes populaires dans les pays arabes, la couverture médiatique d'Al-Jazeera, dans ces pays concernés par les révoltes (Tunisie, Égypte, Libye, Syrie, Yémen, Bahreïn), était exhaustive et partait du terrain (ou les chaînes nationales de ces pays respectifs ont été d'ores et déjà décrédibilisées), cela a fait de nouveau tourner les regards vers Al-Jazeera. Comme c'est le moment d'éveil par excellence, la '*schizophrénie*' d'Al-Jazeera a aussi sauté aux yeux ; cette même couverture médiatique se penchait et s'accordait presque parfaitement avec la politique extérieure du Qatar. La couverture médiatique de ces révoltes ne se fait pas de la même manière : certains pays occupaient plus de place et le micro était tendu plus aux « Frères musulmans », que ça soit en Tunisie ou en Égypte.

La chasse 'à la sorcière' a débuté en Tunisie où les journalistes d'Al-Jazeera sont considérés comme des '*traîtres*' :

« Al-Jazeera a contraint les régimes arabes à modifier leur stratégie et leur comportement en les obligeant à s'adapter à cette nouvelle réalité. Ces régimes vont adopter une stratégie composée de trois axes : dans un premier temps, ils ont adopté une démarche politique qui visait à faire pression sur le Qatar et son Émir pour qu'il intervienne en vue de « modérer » la ligne éditoriale d'Al-Jazeera. La deuxième démarche, plus répressive, a consisté en un harcèlement allant parfois jusqu'à l'arrestation des journalistes de la chaîne ou la fermeture des bureaux d'Al-Jazeera dans plusieurs États. La troisième démarche a consisté à mettre en place des chaînes inspirées, voire copiées sur le modèle Al-Jazeera, ayant pour objectif clair de lui faire de l'ombre »⁴⁴.

Le recours aux lois locales ou des décisions administratives, dans plusieurs pays arabes pour fermer les bureaux d'Al-Jazeera⁴⁵, était à la mode même dans les pays arabes où la liberté d'expression est relativement élevée comme au Koweït. À titre d'exemple, en 2010 des événements menés par l'opposition au Koweït, lors d'un rassemblement de parlementaires où le recours à la force par les forces de l'ordre sur place ont été filmés et diffusés par Al-Jazeera et une chaîne locale mais privée (Al Rai), atteste du manque de lucidité de la part des autorités koweïtiennes à l'égard d'Al-Jazeera. Cette ambiance politique tendue a conduit plus tard à l'infiltration de « mouvement orange » au sein de parlement koweïtien en 2011. Al-Jazeera en voulant tendre son micro au chef de l'opposition a vu ses licences retirées et son bureau fermé au Koweït.

Face à ces tentatives de museler Al-Jazeera un peu partout, celle-ci a su contourner ce problème en investissant en ligne que ce soit sur son propre site ou par les RSN :

« Le gouvernement américain, dans ses efforts pour endiguer la popularité d'Al-Jazeera, avait empêché un accord qui allait permettre à la chaîne de diffuser ses programmes sur le réseau du

⁴⁴ Kajja, *op. cit.*, p. 162.

⁴⁵ الكويت-تقرر-إغلاق- <<https://www.al-jazeera.net/news/arabic/2002/11/3/إغلاق-مكتب-قناة-الجزيرة>> [accessed 2 February 2021].

câble américain. Cependant celle-ci trouva le moyen de contourner l'interdiction, en signant un accord en 2007 avec le site Internet YouTube (propriété de Google) pour diffuser les vidéos de ses programmes »⁴⁶.

On note au passage qu'écraser Al-Jazeera n'a jamais été facile ni même réalisable, sa résilience et sa capacité à se réintroduire sur les marchés même inaccessibles ont toujours étonné les observateurs. Al-Jazeera a su concurrencer les grandes chaînes sur leur terrain et à chaque fois le pari est remporté que ça soit en Arabe contre *Al-Arabiya* ou en Anglais contre la BBC ou la CNN :

« En 2006, la chaîne a amorcé un tournant décisif, en lançant la version anglaise d'Al-Jazeera dont on estime entre 10 et 15 millions le nombre quotidien de téléspectateurs à travers le monde. Avec cette version anglaise, Al-Jazeera a cassé le monopole des principales chaînes mondiales telles que CNN et la BBC ; devenant ainsi un vecteur alternatif d'information, elle concurrence dorénavant ces chaînes sur leur propre terrain »⁴⁷.

CNN a vu son charme s'amenuiser aussi quand on a commencé à se référer à « *l'effet d'Al-Jazeera* » comme on le faisait pendant les années 1990 pour parler de « *l'effet CNN* ».

Ce que l'on peut donc retenir, c'est qu'Al-Jazeera a été fortement secouée pendant cette période et qu'elle a eu des jours de gloire mais elle a exposé sa plus grande faiblesse en accumulant des ennemis tous azimuts, Al-Jazeera sans le vouloir a commencé à défaire son propre patrimoine : sa crédibilité.

⁴⁶ Kajja, *op. cit.*, p. 185.

⁴⁷ Kajja, *op. cit.*, p. 155.

1.4. Lignes éditoriales atypiques et pratiques journalistiques singulières

Après avoir exposé brièvement l'historique d'Al-Jazeera qui continuera sans doute avec la crise du Golfe (2017) et les réponses que cette crise va apporter à plusieurs questions qui méritent que l'on s'arrête pour les traiter. Il est temps d'avancer dans la direction des lignes éditoriales d'Al-Jazeera, la chaîne en Arabe, le noyau ou le socle de ce qui est devenu plus tard un ensemble médiatique complexe.

Al-Jazeera est la chaîne qui porte « le point de vue arabe » sur leurs crises et conflits, ainsi que leurs espoirs. Officiellement les lignes et les orientations de cette chaîne durant les dix premières années de son existence n'étaient même pas formulées, c'est ce qui nous interroge le plus. Il est temps de voir la ligne éditoriale et les pratiques journalistiques de cette chaîne pour savoir de quoi il s'agit. Comment a-t-elle pu augmenter la liste des compétiteurs pour ne pas dire ennemis ? Sur quelles thématiques s'est-elle axée ? Et pourquoi ?

Les lignes éditoriales d'Al-Jazeera sont basées sur des paradoxes qu'elle arrive à gérer parfaitement. Tout début de la création de la chaîne d'information en continue en Arabe selon Claire-Gabrielle Talon la chaîne n'avait pas de comité éditorial. Nous allons d'abord voir les spécificités du fonctionnement d'Al-Jazeera et ensuite nous allons voir les thématiques qui occupent l'antenne de cette chaîne :

« Ce manque d'organisation hiérarchique fut renforcé par l'absence de formalisation des lignes éditoriales {...} Dans la rédaction arabe, le processus de décision portant sur le contenu éditorial était encore récemment dicté par l'urgence. Il n'existe pas à Al-Jazeera de code déontologique à l'intention des journalistes. Lignes éditoriales ne sont pas encore formalisées. Il n'y a pas de procédure de contrôle

sur le contenu des programmes et des interviews. Aucune procédure d'urgence ne codifie les règles à suivre en cas de scoop »⁴⁸.

« le fonctionnement éditorial de la chaîne favorisa au niveau horizontal la construction de réseaux ethniques entre des journalistes parce que la répartition des tâches avait tendance à se faire en fonction de l'origine des journalistes {...} Les réseaux idéologiques et religieux eurent quant à eux tendance à s'inventer selon un mode plus vertical et à motiver l'intégration de groupes de clientèle affidés aux membres de la famille régnante, dont les affinités idéologiques étaient notoires »⁴⁹.

Venons-en aux thématiques : le conflit israélo-palestinien occupe une place centrale sur la couverture médiatique en général. Une place qu'aucune autre thématique ne peut même concurrencer. Cela émane évidemment de l'origine des journalistes ainsi que les trois quarts des directeurs qui ont dirigé la chaîne au début. L'unanimité des études soulignent la place de cette thématique, nous aimerions rajouter à celle-ci qu'au départ il y avait une autre thématique qui enflammait les émissions d'Al-Jazeera, c'est l'Irak sous '*l'embargo américain*' et le fameux programme Onusien de « pétrole en échange de la nourriture » qui a débuté en 1996, cette thématique est sous représentée académiquement.

⁴⁸ Talon, *Al-Jazeera, op. cit.*, p. 153.

⁴⁹ Talon, *Al-Jazeera, op. cit.*, p. 156.



Figure 7 'la direction opposée' émission qui a traité la thématique liée à l'Irak et au programme pétrole contre nourriture

Pour longtemps l'Irak était une matière première médiatique pour Al-Jazeera (voir figure 7), une parenthèse s'impose : pendant des années le Golfe et le Koweït en particulier, était mal représenté, comme étant le pays qui a porté atteinte 'à l'unité de l'Irak et du monde arabe' et le Koweït s'est très bien défendu par la participation des académiques et hommes politiques mais le mal est fait quant à son image. En 2017 le monstre qu'était le Koweït est devenu une colombe que Al-Jazeera donne en exemple. Ce retournement est intéressant pour la suite avec la crise de 2017.

Avec une forte dose émotionnelle et un discours anti-occidental marqué, ces deux thématiques vont occuper bon nombre de plages de l'antenne d'Al-Jazeera. Le fonctionnement ainsi que les thématiques sont très bien résumés dans cette citation :

« En l'occurrence, les études chiffrées prouvent qu'elle est la chaîne qui respecte le plus l'équilibre des sources. En fait, ce « point de vue arabe » tient dans quelques lignes éditoriales essentielles : le choix de ne pas censurer les images de violence, celui de donner la parole aux islamistes, la défense d'une conception engagée et combattante du travail journalistique, la promotion d'une critique des normes journalistiques occidentales. Telle est l'identité paradoxale d'Al-Jazeera : un mélange d'engagement (parfois populiste) et de rigueur informative. Identité d'autant plus troublante qu'elle renvoie à nos

médias l'image de leur ethnocentrisme et de leur faible performance »⁵⁰.

À cela, selon le même auteur, les lignes éditoriales ont été « recentrées sur la Palestine et le Liban » ceci en 2004 comme nous l'avons mentionné après avoir subi une forte pression américaine quant à sa couverture de la guerre en Afghanistan ou en Irak. Malgré cela, et après trente ans Al-Jazeera continue toujours de divulguer les 'dommages collatéraux' de l'armée américaine qui a ciblé et a tué 408 civils dans la guerre de 1991 de libération du Koweït (voir la figure 8). Pour renforcer le sentiment anti-américain et dénoncer ce que les médias occidentaux ont refusé de voir ou choisi de faire l'autruche et laisser passer ce genre d'évènements.



Figure 8 capture d'écran compte Instagram d'Al-Jazeera Mubasher anniversaire de la frappe militaire américaine ou 408 civils ont périés

L'origine des journalistes justifie ces axes. Les journalistes issus d'un large spectre politique grâce à qui le discours était libéré et se voulait libéral aussi. Cependant, ce qui nous intéresse c'est le focus sur la Palestine, le conflit israélo-palestinien et le discours panarabe que la chaîne prétend diffuser, avec un élan anti-impérialiste tenue par la majorité des journalistes du Levant ainsi que les directeurs.

⁵⁰ Claire-Gabrielle Talon, 'Al-Jazeera, objet médiatique original', *Les Temps Modernes*, 664 (3), 2011, p. 59.

La chaîne s'est aussi positionnée sur plusieurs autres lignes qui prennent souvent la défense de 'l'Islam', en créant des polémiques autour de certaines questions émergent en Europe notamment : l'affaire des bandes dessinées et des caricatures du prophète, ensuite l'interdiction du voile, et le film qui a induit l'assassinat de l'ambassadeur américain en Libye en 2012. Al-Jazeera a compris le sentiment d'impuissance des téléspectateurs et usagers d'Internet arabe face à leur quotidien et face aux régimes en place. Ces questions liées à la religion, avec une certaine narrativité qui va toujours contre « les pays du monde libre, anciens colonisateurs », procurent aux citoyens arabes un faux sentiment d'unité et de force. Ce qui satisfait ses spectateurs, c'est que Al-Jazeera dénonce l'hypocrisie de l'Occident.

Or, Al-Jazeera mène un double jeu : d'un côté elle attise les sentiments de la dite « *rue arabe* »⁵¹ et/ou musulmane, et de l'autre côté elle obtient le monopole sur ce récit. Ce faisant, elle oblige les pays occidentaux à emprunter ses micros pour se faire entendre auprès de la « *rue arabe* » et/ou musulmane. Un exemple récent de l'usage de cette technique concerne l'assassinat de Samuel Paty et le détournement volontaire, à maintes occasions, du discours du président Macron, à commencer par le discours de la lutte contre les séparatismes tenu aux Mureaux le 2 octobre 2020, et à finir par la polémique créée suite à son discours lors de l'hommage rendu à Samuel Party à la sorbonne le 21 octobre 2020.

La preuve de ce détournement est fournie par le propos tenu par le porte-parole du ministère de l'Europe et des Affaires étrangères en réponse à la campagne de boycott des produits français lancée dans plusieurs pays de moyen orient le 25 octobre 2020 :

« Dans plusieurs pays du Moyen-Orient se sont développés au cours des derniers jours des appels au boycott de produits français, notamment agro-alimentaires, ainsi que plus généralement des appels

⁵¹ Sur les débats autour de cette terminologie, voir la synthèse de Tourya Guaaybess, « Rue arabe », Publicationnaire. Dictionnaire encyclopédique et critique des publics. Mis en ligne le 04 septembre 2018. Accès : <http://publicationnaire.humanum.fr/notice/rue-arabe/>.

à manifester contre la France, dans des termes parfois haineux, relayés sur les réseaux sociaux.

Ces appels dénaturent les positions défendues par la France en faveur de la liberté de conscience, de la liberté d'expression, de la liberté de religion et du refus de tout appel à la haine. Ils dénaturent également et instrumentalisent à des fins politiques les propos tenus par le président de la République le 2 octobre dernier aux Mureaux et lors de l'hommage national à Samuel Paty, visant à lutter contre l'islamisme radical, et à le faire avec les musulmans de France, qui sont partie intégrante de la société, de l'histoire et de la République françaises.

En conséquence, les appels au boycott sont sans aucun objet et doivent cesser immédiatement, de même que toutes les attaques dirigées contre notre pays, instrumentalisées par une minorité radicale »⁵².

Voici donc la citation de discours de Macron donné à la Sorbonne. Il s'agit du passage mal traduit et mal repris par la presse et les télévisions des pays du Moyen Orient :

« Nous défendrons la liberté que vous enseigniez si bien et nous porterons haut la laïcité. Nous ne renoncerons pas aux caricatures, aux dessins, même si d'autres reculent. Nous offrirons toutes les chances que la République doit à toute sa jeunesse sans discrimination aucune. »

⁵² Ministère de l'Europe et des Affaires étrangères, 'Manifestations et appels au boycott de produits français – Déclaration de la porte-parole (25.10.20)', *France Diplomatie - Ministère de l'Europe et des Affaires étrangères* <<https://www.diplomatie.gouv.fr/fr/politique-etrangere-de-la-france/droits-de-l-homme/liberte-de-religion-ou-de-conviction/article/manifestations-et-appels-au-boycott-de-produits-francais-declaration-de-la>> [accessed 21 March 2023].

« الأربعاء، قال الرئيس الفرنسي إيمانويل ماكرون، في تصريحات صحفية، إن بلاده "لن

تتخلى عن الرسوم الكاريكاتيرية" المسيئة للرسول محمد عليه السلام»⁵³

Cette première phrase en arabe trouvée sur le site d'Al-Jazeera reprend donc la citation de discours de Macron, on voit entre guillemets « ne renoncera pas à la caricature », sauf que la phrase qui suit induit que ce sont les caricatures du prophète Mahomet dont il s'agit. Ceci donc est une traduction infidèle du discours qui attise une situation déjà explosive. Voici une deuxième reprise venant d'un journal Qatari « *Alsharq* », dans un article qui expose les réactions et les faits régionaux face au propos tenu par le président , jugés blessants et ne respectant pas l'Islam ni les Musulmans en mettant leur prophète dans des caricatures et appelle donc au boycott des produits français voici l'extrait original en arabe de et la traduction en français suit:

«ان ماكرون قد قال في كلمته : إن بلاده ستحمل راية العلمانية عاليا، مضيفا: لن نتخلى عن الكاريكاتير "في إشارة إلى الكاريكاتير المسيئ للنبي محمد صل الله عليه وسلم" ، ولو تقهقر البعض . وتعهد الرئيس الفرنسي بمواصلة نشر الكاريكاتير المسيء ومحاربة المؤسسات التي تدعم التطرف في فرنسا حسب زعمه.

« *Macron a déclaré dans son discours que son pays portera haut la bannière de la laïcité, ajoutant : Nous n'abandonnerons pas la caricature « en référence à la caricature insultante du prophète Mahomet, que Dieu le bénisse et lui accorde la paix » , même si certains reculent. Le président français s'est engagé à continuer de publier des caricatures offensantes et à lutter contre les institutions qui soutiennent l'extrémisme en France, a-t-il affirmé* »⁵⁴.

Une fois encore on se heurte à la même technique en faisant une incision qui précise qu'il s'agit de la caricature du prophète que Macron défend et soutien la publication de ces derniers, en même temps il s'engage à combattre les établissements qui soutiennent l'extrémisme dans son pays. Ce

⁵³, فرنسا.. حكم بالسجن لطالبة كتبت أن أستاذ التاريخ يستحق الموت.. واتهامات بالاعتداء والعنصرية لامرأتين طعننا مسلمتين بباريس ' <<https://www.aljazeera.net/politics/2020/10/24/%d8%a7%d8%a7%d8%a7-7>> [accessed 21 March 2023].
⁵⁴ الشرق, ' ماكرون يثير غضب المسلمين ودعوات لمقاطعة المنتجات الفرنسية', 2020

découpage a pour but de passer un tout autre message et de créer l'amalgame dans les esprits des gens qu'on a appelé à boycotter la France, ce message est : *l'Islam c'est la source du terrorisme et il n'a pas sa place en France*. Ce message fait déferler la colère et la preuve est ce qui s'est passé en 2020.

Comme un acte de solidarité avec la Turquie, Al-Jazeera a continué une couverture médiatique concentrée sur l'islam en France sur toutes ses plateformes.

Cette campagne médiatique a fait intervenir le président français sur Al-Jazeera justement par un entretien exclusif qui a duré 55 minutes. Ensuite elle a enchaîné cette couverture avec le passé colonial de la France en Algérie. Cette résonance avec la Turquie est justifiée par l'affiliation à ce courant d'Islam politique qu'est la mouvance des Frères musulmans des journalistes d'Al-Jazeera ainsi que parmi les membres sympathisants de la famille royale Qatari, et cela se reflète aussi dans la politique étrangère du Qatar. Cette dernière est en dette envers la Turquie, grâce à son rôle et à son appui militaire durant la crise de 2017.

Lorsque l'on parle plus haut d'acte de solidarité avec la Turquie, en fait les relations diplomatiques en automne 2020 se dégradent entre la Turquie et la France. Plusieurs causes / dossiers sont derrière cette dégradation, en effet il existe un conflit d'intérêts entre ces deux nations. Nous citons les plus importants : la situation dans le Haut-Karabakh, la Turquie qui soutient l'Azerbaïdjan dans sa guerre contre l'Arménie que la France soutien, et la tension à l'est de la méditerranée entre la Turquie et Chypre, nous finissons cette liste avec la demande d'adhésion à l'Union Européenne que la Turquie avait fait et que la France a longuement objectée.

La solidarité d'Al-Jazeera avec la Turquie se traduit par un maintien de la pression médiatique sur la France. A défaut de preuve par image, voici comment cet épisode français s'est représenté (toujours en faisant référence à la citation du discours de Macron) :

« La première réaction de Macron a consisté à promettre de protéger le droit de caricaturer le prophète Mohamed et même de projeter les caricatures controversées de Charlie Hebdo sur des

bâtiments publics, répondant par-là à ce qu'il a appelé la défense de la liberté d'expression dans son pays »⁵⁵.

Nous supposons cette narrativité turque d'être l'étincelle d'où est partie la flamme contre la France dans le monde musulman et arabo-musulman en particulier. Justement, dans un quiproquo franco-turque plusieurs indices sont employés par la presse mutuellement. La France qui rappelle son ambassadeur à Ankara, sur les bases d'une insulte faite à E. Macron par le président turc. Parmi les répliques en France, *Charlie hebdo* fait une caricature du président turc mettant dans l'embarras le chargé d'affaires français à Ankara :

« Le ministère turc des Affaires étrangères a convoqué le chargé d'affaires de la France à Ankara et a exprimé sa ferme condamnation de la Une du journal français *Charlie Hebdo* mettant en scène le Président de la République de Turquie, Recep Tayyip Erdogan »⁵⁶.

Nous avons aussi un effet extraordinaire de l'usage de la caricature sur la scène internationale, que nous étudierons dans notre dernière partie. Le titre suivant d'un article assez long du journal anglais *The Guardian* publié le 25 octobre 2020 met également en lumière ce moment de tensions entre ces deux pays. Nous traduisons : « la France rappelle son ambassadeur de Turquie suite à la remise en question de la santé mentale de Macron par Erdogan »⁵⁷ (*cf figure 9*).

⁵⁵ 'Les Musulmans de France Se Sentent "Marginalisés"' <<https://www.aa.com.tr/fr/journal-de-lislamophobie/les-musulmans-de-france-se-sentent-marginalisés/2044092>> [accessed 21 March 2023].

⁵⁶ 'Ankara Convoque Le Chargé d'affaires Français' <<https://www.aa.com.tr/fr/turquie/ankara-convoque-le-charge-daffaires-francais/2022880>> [accessed 21 March 2023].

⁵⁷ <https://amp.theguardian.com/world/2020/oct/25/france-recalls-ambassador-to-turkey-after-erdogan-questions-macrons-mental-state> [accessed 23-03-2023]



Recep Tayyip Erdoğan
**France recalls ambassador to
Turkey after Erdoğan
questions Macron's mental
state**

Figure 9 capture d'écran effectuée le 23-03-2023 de l'article de presse intitulé la France rappelle son ambassadeur de la Turquie suite à la remise en question de la santé mentale de Macron par Erdogan

Ce qui nous laisse perplexe dans la pratique d'Al-Jazeera et de ses journalistes, c'est cette vision archaïque qui ne peut pas conjuguer le panarabisme avec l'Occident. Les années se sont écoulées mais ils continuent d'avoir besoin d'un monstre à blâmer. Étonnamment ce même monstre, c'est celui qui leur a ouvert les portes et les a même formés professionnellement, quand leur monde arabe si magnifié est devenu un environnement politiquement abject qu'ils ont préféré quitter.

Si Al-Jazeera a accompli quelque chose à travers sa ligne éditoriale, c'est de donner une voix au sans voix. Elle a coopéré avec *Wikileaks* avec des lanceurs d'alerte mais pas que ! Cette coopération avait pour but selon Al-Jazeera de briser la censure occidentale sur des sujets sensibles qualifiés par les États-Unis comme dommages collatéraux, des morts de civils et de la torture dans les prisons irakiennes. Les sans voix sont aussi la majorité des Arabes, Al-Jazeera s'est rapprochée au plus près des classes populaires, non seulement dans le monde arabe, sa première cible, mais aussi auprès des expatriés arabes vivant à l'étranger. Al-Jazeera a tendu son micro aux opposants de tous les pays arabes. Et, comme l'accuse Dr. Ayed Almanae (professeur de science politique à l'université du Koweït) lors de sa participation à l'émission « *la direction inverse* » diffusée le 27 novembre 2018 pour débattre de la question si l'Arabie saoudite est le gardien d'Israël dans la région : « *c'est bien votre chaîne Al-Jazeera qui a tendu le micro aux Israéliens, leurs permettant ainsi à travers des écrans de pénétrer dans les ménages partout dans le monde arabe* » (nous traduisons) extrait de sa réponse à la minute 19:34 sur la vidéo publiée sur YouTube (cf figure 10) :



Figure 10 Dr. Ayed Almanae participant au débat de l'émission « la Direction Inverse » intitulé *l'Arabie saoudite est -elle le gardien d'Israël dans la région?*

Elle s'est ainsi distinguée comme la citation peut la confirmer :

« À travers ses émissions et la liberté de sa ligne éditoriale, Al-Jazeera exprime le désaveu dans l'opinion publique arabe de l'autoritarisme des régimes arabes et de leurs politiques répressives, occupant ainsi une place unique au sein du paysage médiatique arabe. »⁵⁸

Grâce à cette ligne éditoriale, elle a induit une nouvelle approche médiatique et a eu une certaine crédibilité pour longtemps, elle a montré en quelque sorte le chemin aux sociétés civiles arabes pour devenir plus actives et se faire entendre :

« On assiste ainsi dans les pays arabes à une fragilisation du pouvoir étatique suite à la recomposition du paysage médiatique, entraînant un renouvellement du rapport de force entre ces régimes, leurs sociétés civiles et les forces d'opposition qui représentent les masses populaires »⁵⁹

En quelques mots, la ligne éditoriale pivotait toujours autour des conflits et des guerres ayant lieu dans le monde arabe (Palestine – Irak – Syrie) accusant les États-Unis et ses

⁵⁸ Kajja, p. 159.

⁵⁹ Kajja, p. 160.

alliés de mettre sciemment en place des politiques qui affaiblissent les pays arabes. Le cercle s'est élargi pour contenir l'Afghanistan puis tout le monde musulman. D'une manière populiste et en nourrissant toujours l'opposition pour les régimes en place avec un appétit particulier en 2017 pour les pays de blocage contre le Qatar. Quant à l'islamisme et à la sympathie affichée pour les Frères musulmans, c'est une conséquence directe d'avoir liquéfiée l'équipe initiale d'Al-Jazeera au profit des journalistes dont les orientations sont complétement harmonisées avec ce type d'orientation c'est l'œuvre d'un de ses directeurs :

« Cette évolution fut renforcée par une importante vague de départs au sein de la rédaction. Dans les mois qui suivirent la nomination de Wadah Khanfar à la direction générale de la chaîne, un certain nombre de journalistes fondateurs, pour la plupart des laïques, des libéraux et des personnalités de gauche, profitèrent du lancement aux Émirats de nouvelles chaînes d'information pour quitter Al-Jazeera. »⁶⁰

Bien sûr, le « printemps arabe » était une occasion en or pour Al-Jazeera pour renforcer sa présence, en ce qui concerne surtout les conflits armés, la Syrie est un exemple avec la guerre civile. La guerre au Yémen est aussi une occasion pour Al-Jazeera d'enfoncer les clous contre l'Arabie-Saoudite et l'Occident qui la laisse faire là-bas, avec comme résultat une crise humanitaire sans précédent. Ces guerres fournissent une matière première médiatique d'excellence pour Al-Jazeera où la violence et la souffrance des populations civiles est mise sous leur loupe et exposées au monde entier. L'accent est mis aussi sur la cruauté des images et la banalisation de la violence, ces chocs à répétition des Palestiniens ensanglantés ou mutilés, des cadavres afghans, et des vidéos de torture des Irakiens ont continué en changeant la géolocalisation. Cette pratique a fleuri avec l'avènement des réseaux sociaux. Malgré le fait que cette pratique est condamnée et interdite par l'unanimité des plateformes, filmer une personne en train de mourir est devenu la nouvelle norme.

Par ailleurs, sans doute aucun, c'est la démarche qui rapporte financièrement le plus au modèle économique d'Al-Jazeera qui s'est complexifiée avec l'avènement des réseaux sociaux, avec le

⁶⁰ Talon, *Al-Jazeera*, p. 100.

nombre de vues et le nombre de commentaires, aussi cela peut être considéré comme une offre qui satisfait une demande de l'audience d'Al-Jazeera.

2. Le site internet : première étape de la stratégie numérique d'Al-Jazeera.

L'idée du site d'Al-Jazeera.net a été proposée la première fois par le journaliste Ahmad Al Sheikh, sur le même modèle des sites d'information ou des sites Internet de presse écrite en anglais, mais cette fois en langue arabe. Il a fallu que ce journaliste revienne de sa mission pour inaugurer le bureau d'Al-Jazeera en Afghanistan, à l'époque sous le régime Taliban avant l'invasion américaine, pour que le site voit le jour en 2001. Avec le développement d'Internet dans le monde arabe, le site a eu beaucoup de succès, c'est le même journaliste avec une équipe de dix autres qui avaient à l'époque la mission d'alimenter le site avec les informations concernant chaque zone géographique. Le premier directeur du site d'Al-Jazeera en arabe confirme⁶¹ que le site a été bâti sur la réputation que la chaîne télévisuelle avait. Le site a dorénavant les mêmes traits identitaires ainsi que les mêmes priorités, à savoir le monde arabe. Dans un souci d'ouverture et de dialogue, d'interactivité plutôt, le site s'est ensuite développé et a ouvert des espaces pour les commentaires sous les articles publiés. Qui dit succès par les différents trophées gagnés en 2002, à Dubaï.⁶² Le secteur numérique ne cesse en effet de gagner des trophées, comme récemment, à titre d'exemple, le 15 février 2023, où ils ont gagnés cinq médailles pour différents contenus dont des caricatures politiques, des podcast en arabe et en anglais et sur l'interactivité de leur site pour les deux versions arabe et anglaise :

« Al-Jazeera numérique a remporté cinq médailles lors de la deuxième édition annuelle des 'Anthem Awards'. Les victoires, annoncées le 15 février, ont été décernées pour une gamme de contenus d'actualité en anglais et en arabe, y compris des podcasts,

⁶¹ 'الجزيرة نت.. كيف ظهر؟ وما أبرز ملامح ريادته الإعلام الرقمي العربي' <<https://interactive.Al-jazeera.com/aja/20-anniversary/index.html>> [accessed 25 August 2021].

⁶² Le trophée en question décerné par le "Middle East IT Awards Committee" comité de la Technologie de l'Information du Moyen Orient, à Dubaï, Émirats arabes unis. 'الجزيرة نت.. كيف ظهر؟ وما أبرز ملامح ريادته الإعلام الرقمي العربي'.

des caricatures politiques, des sites interactifs et des sites Web interactifs»^{63 64}.

Mais il y a aussi le revers de la médaille à ce succès : le site a été victime de piratage en 2013 et de blocage dans certains pays. Le site, depuis sa création, s'est enrichi en contenus et a eu plusieurs versions dont des versions mobiles selon le type d'opérateur (iOS, Android, BlackBerry) où l'information était présentée sous différents formats (en texte accompagné d'images, vidéos ou audio uniquement). D'autres déclinaisons n'ont pas tardé à apparaître : comme le blog, l'encyclopédie ou même la possibilité d'apprendre l'arabe en ligne. Avec cette multitude d'offres, le site s'est imposé en peu de temps après sa création comme source d'informations, en prolongement de la chaîne télévisuelle. Le développement du site au fil des années (son ouverture à la participation des usagers et l'adaptation à son public) a triplé le nombre de visiteurs selon le nouveau directeur monsieur Anas Foda. Grâce à cet échange avec les internautes, le slogan⁶⁵ du site est devenu : « Al-Jazeera *net vous ressemble plus* » « الجزيرة نت تشبهك أكثر », car selon ce directeur, Al-Jazeera a pu s'approcher de ses clients pour avoir une profonde compréhension de ce qui les attirent le plus, elle a aussi valorisé cet échange en leur donnant une chance de participer et de contribuer avec la libre expression de leurs opinions. Monsieur Foda explique que leur stratégie est basée sur le fait que le site doit être une plateforme qui ressemble plus à Facebook et à Twitter mais qui doit être plutôt la plateforme de « *l'avenir des leaders de l'opinion* » pour la jeunesse. Dans le même optique, il a expliqué l'évolution du secteur numérique d'Al-Jazeera dans son contexte géopolitique et technologique aussi pour exposer comment Al-Jazeera est en parfait accord avec cette évolution.

Ayant les expériences requises pour s'investir dans le journalisme connecté avec le site web, Al-Jazeera n'a cessé son expansion et a su varier son offre numérique par une forte présence sur les réseaux sociaux qui a commencé par la chaîne YouTube en 2005 deux ans à peine après l'existence de la plateforme.

⁶³ 'Al-Jazeera digital wins five anthem awards', *Al-Jazeera Media Network* <<http://network.aljazeera.net/en/awards/al-jazeera-digital-wins-five-anthem-awards>> [accessed 24 March 2023].

⁶⁴ Une précision s'impose « The Webby Awards » est la principale organisation internationale de récompenses spécialisée dans l'internet, évaluation des sites internet, des logiciels, des applications et des *softwares* dans certains secteurs comme le médias des droits de l'Homme, ces trophées sont donc décernés par l'Académie internationale des arts et des sciences numériques (IADAS) aux USA. Cette organisation donc est assez récente elle date de 2021.

⁶⁵ 'الجزيرة نت.. كيف ظهر؟ وما أبرز ملامح ريادته الإعلام الرقمي العربي'.

Sur la même page nous avons trouvé intéressant de rapporter le schéma temporel ou la « *time line* » des étapes ou des moments phares d’Al-Jazeera *online* en voici une capture d’écran dont les titres seront traduits dans le tableau (2) qui suit :



Figure 11 capture d'écran réalisé le 25-08-2021 « *les moments phares des 20 ans d'Al-Jazeera en ligne* »

Voici comment Al-Jazeera qualifie les évènements phares qui sont, pour la plupart, des guerres et des crises (figure 11) :

L'évènement	La qualification / le descriptif
Le 11/09/2001	<i>Le premier test</i>
La guerre contre l'Afghanistan	<i>L'intensification de l'élan de l'information médiatique</i>
L'invasion de l'Irak	<i>S'imposer en tête des médias</i>
Le « printemps arabe »	<i>Message médiatique constant</i>
L'embargo sur le Qatar	<i>Alignement « parti pris » pour la justice</i>

Tableau 2 traduction de la capture d'écran figure 11

Pour deux raisons nous exposons cette capture d'écran ici.

La première raison est le choix de ces événements comme étapes de construction de la chaîne, entre autres évidemment, ceci est confirmé par la manière dont nous avons choisi de présenter l'historique plus haut. La deuxième raison est cet affichage clair et net d'Al-Jazeera derrière le Qatar. Ce faisant elle n'a pas respecté la neutralité d'une chaîne d'information en continu, mais au contraire elle revendique ses liens avec le Qatar et la défense de sa cause. Ceci donne à la crise du Golfe de 2017 une double importance comme une crise politique sans précédent au Golfe et une crise médiatique qui a piégé Al-Jazeera.

3. Les réseaux socionumérique, diversification de l'offre d'Al-Jazeera et instrumentalisation au profit d'une stratégie numérique complexe

Les réseaux sociaux sont devenus un lieu incontournable pour les journalistes, sur lequel ils échangent mais aussi comme source d'informations à puiser. La présence de ces plateformes depuis une décennie a fortement impacté le domaine du journalisme tant sur le plan de la production que sur le plan de la consommation de l'information. Même si la presse papier lutte pour continuer à exister, tous les grands journaux ainsi que les chaînes d'information en continu ont vite fait de comprendre l'importance de ces réseaux sociaux et se sont établis sur ces plateformes. Or en rentrant dans ce jeu il a fallu que ces établissements se plient aux règles de fonctionnement des plateformes en question mais aussi à la concurrence qui est devenue plus intense, d'où des pratiques inhabituelles dans ce domaine. Ces établissements ou médias doivent sans cesse se réinventer et aller de plus près des consommateurs sur les réseaux socionumériques et les moteurs de recherche où l'offre se multiplie et les sources sont innombrables. La distinction alors réside dans la capacité de suivre ce rythme à une vitesse accélérée ou certains ont soit décrochés, soit échoués. Tandis que d'autres ont su faire appel à la créativité et à un savoir-faire numérique avec d'importants moyens pour prospérer, comme Al-Jazeera.

Dans cette partie nous allons explorer le comportement de la chaîne d'Al-Jazeera en arabe sur les réseaux sociaux. Nous faisons appel à un ouvrage assez récent, de 2019, de référence pour nous, intitulé : « *Al-Jazeera in the Gulf and in the World Is It Redefining Global Communication Ethics ?* ». La particularité de cet ouvrage est qu'il apporte un éclairage sur le fonctionnement d'Al-Jazeera en général mais particulièrement sur les réseaux sociaux en faisant des enquêtes auprès du

personnel d'Al-Jazeera, souvent c'est une comparaison entre les chaînes-sœurs Al-Jazeera en arabe et Al-Jazeera English.

Nous avons mené, ici, une étude non -exhaustive sur la présence de la chaîne en arabe d'Al-Jazeera sur quatre plateformes (Facebook-Twitter- Instagram et Snapchat). Cette étude vise à savoir quelles stratégies éditoriales sont mises en œuvre sur les plateformes mentionnées ci-dessus. Pour accomplir cette étude, nous avons observé différents comptes de la chaîne sur une période assez longue : dès le début du projet de la thèse (2018). Cette observation s'est intensifiée durant l'été 2021 afin de pouvoir choisir un exemple concret et illustrant les propos que nous allons développer. Nous traiterons des aspects visuels relevant de la forme et d'autres aspects qui révéleront le fond. Nous commencerons par les données de base fournies sur ces comptes, pour ensuite voir de plus près l'exemple concret en question. Nous allons procéder par plateforme, en tissant les liens entre ces dernières.

Nous allons commencer par le compte de la chaîne sur Snapchat. Créé en 2015, c'est le compte qui est le plus affecté par la crise du Golfe de 2017. Ce compte a été suspendu à la demande de l'Arabie-Saoudite auprès de Snapchat. Ceci montre l'étendue de cette crise sur le volet numérique, la fragilité de la liberté d'expression et le droit d'informer sur les réseaux sociaux. On a toutefois accès aux traces du passage d'Al-Jazeera sur Snapchat à travers les anciennes publications (*voir figure 12*) faites par la chaîne et on ne voit que quelques publications d'hashtag que nous allons étudier à savoir Shéhérazade.

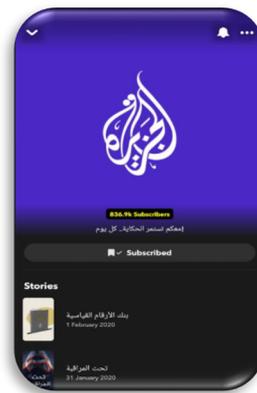


Figure 12 capture d'écran compte Snapchat suspendu d'Al-Jazeera ou on voit le nombre d'abonnés et la dernière publication remonte à 2020

Sur Twitter, la posture de la chaîne est de diffuser les « *news* » l'information en continu. Par souci de présence continue et d'activité ininterrompue, quelques envois se font hors plateformes. C'est une pratique très commune, qui n'est pas propre à Twitter, c'est même un point en commun avec les autres plateformes. Ce renvoi hors plateforme consiste à déposer des liens vers : des podcasts en l'occurrence, ou vers des épisodes d'émissions de reportage faite par Al-Jazeera, ou bien des extraits vidéos tirés de la chaîne télévisée. On peut inscrire cette démarche (d'envoi hors plateforme) en tant que publicité pour les produits de la chaîne.

Une complète synchronisation est remarquée entre le compte Facebook et le compte Twitter de la chaîne. Quant à Facebook on pourrait le qualifier de portail d'envois vers les autres plateformes où la chaîne est présente. Le compte Facebook se rapproche plus de Twitter on dirait même qu'ils sont complètement synchronisés. Ce qui les différencie ce sont leurs usagers en nombre, en origine et en caractéristiques démographiques. En origine d'usagers, en prenant les pays arabes d'Afrique, ils tendent à être plus présents sur Facebook, alors que dans le Golfe, il y a une préférence pour Twitter et Instagram. L'explication démographique peut être renvoyée à la jeunesse, la tranche d'âge entre 19 et 30 ans constitue près de 30 % de la population dans chaque pays du Golfe⁶⁶, avec un nombre plus important d'abonnés à Internet sur leurs téléphones mobile selon aussi les données de la banque mondiale.⁶⁷

Cette synchronisation est partielle avec Instagram dans la mesure où les publications sur une même thématique apparaissent plus tard et que la plateforme elle-même ne fonctionne pas de la même manière que Facebook et Twitter. Elle est partielle pour cause de fonctionnalités permises par la plateforme qui offrent des possibilités d'accéder à différents types de contenus. Sur Instagram par exemple la fonctionnalité des *stories* qui disparaissent après vingt-quatre heures où on y voit le fil info en version courte, résumée par un présentateur et des images qui défilent, ainsi, en peu de temps, on connaît l'actualité essentielle. Mais sur l'onglet des *stories* permanentes, on accède à un contenu que la chaîne a souhaité rendre accessible au-delà de vingt-quatre heures, des dossiers où plusieurs thématiques y sont traitées en profondeur. On accède également à des *posts*,

⁶⁶ 'GCC_ATLAS_2020_V7_17_Nov_2020_1. Pdf
<https://www.gccstat.org/images/gccstat/docman/publications/GCC_ATLAS_2020_V7_17_Nov_2020_1.pdf> [accessed 18 January 2021].

⁶⁷ 'Mobile Cellular Subscriptions (per 100 People) | Data'
<<https://data.worldbank.org/indicator/IT.CEL.SETS.P2?view=map>> [accessed 31 August 2021].

des publications permanentes sous format images, textes ou extraits vidéo. Cette volonté de rompre partiellement pour s'adresser à un public propre à cette plateforme se traduit aussi dans le choix du logo de la chaîne : ce n'est plus le logo doré synchronisé mais un logo noir encerclé avec les couleurs de la plateforme rose fuchsia symbole de gaieté et de vitalité. Cette manière de rompre est fallacieuse selon nous. À nos yeux, attirer le public pour leur proposer un autre contenu plus gai que d'habitude sur la chaîne d'information en continu, plus inclusif car il (compte d'Al-Jazeera sur Instagram) traite des domaines et des thématiques plus divers que les questions qui préoccupent l'esprit des peuples du monde arabe. Le message politique d'Al-Jazeera est amené subtilement, comme si on disait à l'utilisateur, de temps en temps, un peu de politique et d'actualité ne fera pas de mal. L'utilisateur est alors mieux préparé à recevoir ce contenu qu'il fuit dans sa vie réelle. Ces quelques minutes où il est sur son compte Instagram, il sent qu'il est certes détaché du monde réel mais qu'il est bien connecté et qu'il sait ce qu'il se passe autour de lui, il n'a donc rien raté.

En arrivant sur la page d'Al-Jazeera sur Instagram (voir figure 13), la présentation de la page laisse penser que c'est moins sérieux ; ce sont les faits divers dans plusieurs domaines dont le domaine artistique, or ceci est présenté (noyé) sur le même plan que le contenu politique ou un contenu plus sérieux. Néanmoins, pour les connaisseurs ce n'est pas le cas, le contenu politique est diffusé dans les *stories* plus souvent comme le fil d'info, et renforcé derrière par des *posts*. Par ailleurs on remarque le renvoi vers des épisodes entiers d'émissions télévisuelles dans la BIO et l'existence de la télé Instagram (IGTV) qui laisse plus de place pour des reportages, entre autres, diffusés en intégral.

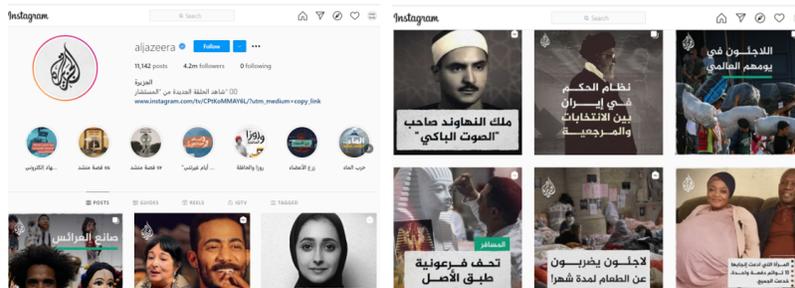


Figure 13 la page Instagram d'Al-Jazeera où le code couleurs ainsi que les thématiques les moins sérieux côtoient les plus sérieux à titre d'exemple la première image de gauche est un fabricant de poupées et plus loin on parle du régime iranien. (21-06-2021)

Le compte Instagram de la chaîne fait office de vitrine où la chaîne exerce à plein régime des stratégies marketing, afin d'y exposer l'étendu du contenu numérique mais aussi télévisuel. Ceci est une des vocations de cette plateforme. Les particularités de chaque plateforme ainsi que le type

de public (usagers) présent sur celle-ci influence la manière avec laquelle cette chaîne se comporte sur chacune de ces plateformes. Ce qui explique les choix de couleurs pop sur Instagram et le relâchement en publiant un contenu plus diversifié et moins « *rigide* » que celui diffusé sur Twitter ou Facebook. Al-Jazeera, sur les réseaux sociaux, a maintenu sa ligne éditoriale en s'adaptant à ses interlocuteurs.

Afin d'avoir une vision d'ensemble, nous avons choisi de réunir les éléments de base dans le tableau suivant pour montrer que la présence d'Al-Jazeera était précurseur par rapport à ses confrères et assez opportune par rapport à la date de création de ces plateformes :

Plateforme	Date de création du profil et de la plateforme	Nombre de followers	Logo
Facebook	2009 (la plateforme crée en 2004)	26 millions	
Twitter	Avril 2007 (À peine 8 mois après sa création)	16.6 millions followers	
Instagram	2014 (créé en 2012)	4.3millions followers	
YouTube	2007 (créé en 2005)	9 millions d'abonnés	

Tableau 3 information générale concernant les différents profils d'Al-Jazeera (juin 2021)

Sur les 377 millions⁶⁸ d'habitants dans le monde arabe, dont 28% sont des jeunes de 10-24 ans, le nombre d'abonnés⁶⁹ est insignifiant ; si on suppose aussi que tous ces habitants ont l'habitude de s'informer en arabe, ce qui n'est pas le cas pour beaucoup. Ce chiffre est dorénavant négligeable, quand il pourrait s'agir des mêmes 4.3 millions d'abonnés à Instagram qui forment un fragment d'abonnés sur les autres plateformes. Ici on a réduit les arabophones aux Arabes du monde arabe, on est sûr qu'en dehors du monde arabe, avec la renommée que la chaîne a su construire et l'engouement régional pour suivre les informations « *news* », elle va attirer aussi les plus intéressés limitrophes (les Israéliens, Turcs, Iraniens...). Comment peut-on alors interpréter l'importance du nombre de *followers* ou d'abonnés ? Que peut-on apprendre aussi de ce nombre qui paraît de prime abord comme insignifiant ? En faisant un simple calcul sur les 3 comptes Instagram en arabe d'Al-Jazeera (Mubasher en direct, Al-Jazeera documentaire, AJ+ en arabe) on est à 10.4 millions d'abonnés en juin 2021. La multiplicité de l'offre et d'interlocuteurs sont les deux aspects qui nous viennent à l'esprit en premier, ensuite le nombre de vues puis le nombre de partages et le fait que ces comptes sont des comptes publics qu'on peut régulièrement visiter sans être abonnés ! génère un trafic intense sur ces comptes-ci, cela sans doute rentabilise l'entreprise mère Al-Jazeera *network*, mais aussi garanti ce trafic sur les plateformes, qui est ensuite traduit sur la performance des actions de Facebook. En parlant d'*Al-Jazeera Media Network* il faut aussi calculer l'offre dans les autres langues, l'anglais et le français à titre d'exemple, en fragmentant le nombre d'utilisateurs, Al-Jazeera assure une présence et la diffusion de son *soft power* au plus grand nombre d'internautes qui ne cessera d'augmenter. Une autre facette est encore à considérer. Même les émissions d'Al-Jazeera et le site ont leur propre compte sur Instagram⁷⁰, la multiplicité des ces

⁶⁸ Statistique publiée dans un article, en juillet 2020, basée sur les données des Nations Unies ' الأمم المتحدة: 377 مليون نسمة سكان الوطن العربي من إجمالي 7.7 مليار في العالم - بوابة الشروق <<https://www.shorouknews.com/news/view.aspx?cdate=08072020&id=bda4590b-6c1e-4037-9ed1-3e076964708f>> [accessed 24 March 2023].

⁶⁸ Dans un article de presse on découvre le ministre de la Communication jordanien dans ses efforts d'établir un projet législatif de régulation, au nom de ses confrères arabes, dans le cadre du Conseil arabe des ministres de l'information. Il cherche à définir « une stratégie organisatrice des réseaux sociaux ». Il confirme que le nombre des usagers arabes présents sur les réseaux sociaux numériques s'élève à 170 millions – 175 millions, et que ces usagers s'informent et relayent des informations, d'où l'importance de réguler les plateformes et de combattre les fausses informations, les « fake news » .<<https://www.bbc.com/arabic/65015140>> [consulté le 24-03-2023]

⁷⁰ Nombre de followers en million sur les différents comptes Instagram : *Al-Jazeera* 4.3 millions, *Al-Jazeera alwathaiqayah* 1.4 million, *Al-Jazeera Mubasher* 2.5 millions, *AJ+ Arabe* 2.2 millions (10.4 millions) + *Al-Jazeera English* 2.3 millions

comptes atteste de la volonté de la chaîne d'aller vers son public et sa supériorité face à ses concurrents arabophones. Le nombre d'abonnés inspire aussi confiance et crédibilise le contenu aux yeux des nouveaux arrivants sur les comptes des réseaux sociaux, en plus de la petite étoile bleue qui montre que ce sont des comptes officiels. Pour répondre aux questions posées plus haut, l'importance du nombre d'abonnés est principalement liée à la capacité de la chaîne à attirer les utilisateurs de ces plateformes à chaque fois avec un contenu adapté et comme point du départ la chaîne télévisuelle. C'est aussi sa capacité de se réincarner sur chaque plateforme d'une manière différente ; si majoritairement les comptes sont synchronisés, le contenu lui-même nécessite une certaine adaptation et des choix d'exposition (moment et manière de l'exposer). On évoque une réincarnation car justement Al-Jazeera renvoie sur chaque plateforme une représentation légèrement différente d'elle-même, c'est ce que nous avons remarqué en visitant le compte YouTube de la chaîne (voir figure 14) où elle est présentée ainsi ⁷¹:

« Al-Jazeera est un service médiatique d'affiliation arabe et d'orientation universelle, son slogan c'est l'opinion et son contraire. C'est une plateforme pluraliste qui est en quête de vérité, adhérant aux principes professionnels dans un cadre institutionnel. Alors qu'Al-Jazeera cherche à sensibiliser le public aux questions qui le préoccupent, elle aspire à être un pont entre les peuples et les cultures. Ce pont promet : le droit d'être informé, les valeurs de la tolérance, de la démocratie et du respect des libertés et des droits de l'homme. »⁷² (texte traduit par nos soins).

Ces phrases nous permettent de faire écho à la ligne éditoriale d'Al-Jazeera sur les réseaux sociaux ainsi qu'à ses stratégies de communication. Une fois de plus, on assiste au prêche d'Al-Jazeera où on voit de la noblesse sur le principe mais pas dans la pratique.

⁷¹ Voici le texte original en arabe retrouvé sur YouTube :

" الجزيرة خدمة إعلامية عربية الانتماء عالمية التوجه شعارها الرأي والرأي الآخر وهي منبر تعددي ينشد الحقيقة ويلتزم المبادئ المهنية. وإن تسعى الجزيرة لنشر الوعي العام بالقضايا التي تهتم الجمهور فإنها تطمح إلى أن تكون جسرا بين الشعوب والثقافات يعزز حق الإنسان في المعرفة وقيم التسامح والديمقراطية واحترام الحريات وحقوق الإنسان

⁷² 'Al-Jazeera Channel قناة الجزيرة - YouTube' <<https://www.youtube.com/>> [accessed 5 September 2021].

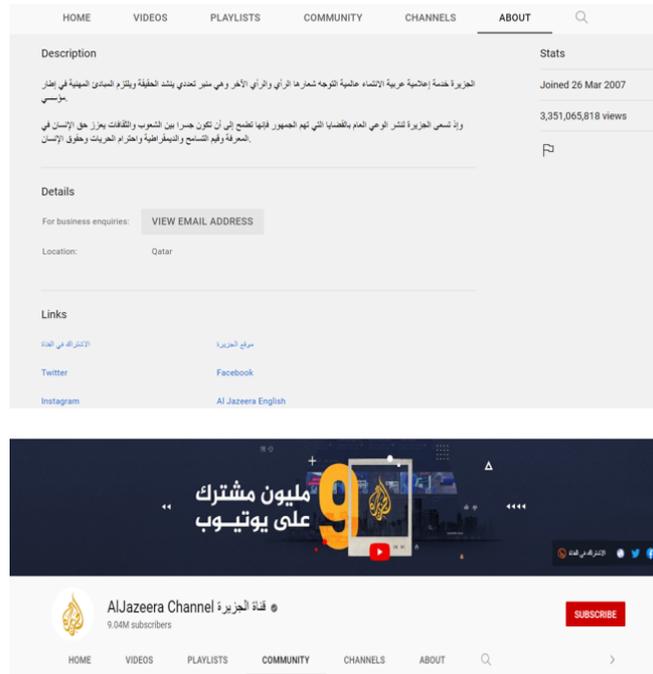


Figure 14 capture d'écran du 5 septembre 2021 de la chaîne YouTube d'Al-Jazeera où on peut voir le texte original de la présentation de la chaîne en Arabe ⁷³.

Venons-en à l'exemple plus concret qui démontre comment Al-Jazeera synchronise ces différents comptes et comment elle met en œuvre cette fameuse stratégie de communication sur les réseaux sociaux en complémentarité de son offre télévisuelle bien entendu. Cet exemple est divisé en deux temps, le premier concerne les pages d'accueil au 27 juillet 2021 et la deuxième partie quant à elle s'étend sur une période un peu plus longue. À chaque fois on obtiendra des conclusions qui varient mais qui sont censées compléter le tableau.

4. Exemples de concrétisation de la stratégie numérique d'Al-Jazeera sur les réseaux.

Ce premier exemple montré sur la figure 15, indique la réduction de la diversité des religions du monde Arabe : Al-Jazeera suppose alors que tous ses destinataires sont de religion musulmane, à travers ces vœux de bonne fêtes d'Aïd, Al-Jazeera s'adresse uniquement aux musulmans. Mais

⁷³ 'YouTube - قناة الجزيرة Al-Jazeera Channel (65)',

qu'en est-il des autres fêtes religieuses présentes sur ce vaste territoire ? Même si cette présentation de vœux a pour but de créer des liens et de se rapprocher d'une tranche donnée certes majoritaire, Al-Jazeera nous laisse perplexe devant de telles pratiques. Il en va de même pour le fil d'info présenté sur les RSN qui commence par « Al Salam Alikoum », formule de salutation moins neutre que bonjour/bonsoir qui se termine aussi par une phrase « on vous laisse sous la protection de Dieu », une manière assumée de ce trait identitaire proclamé par la chaîne, surtout dans la rédaction arabe.

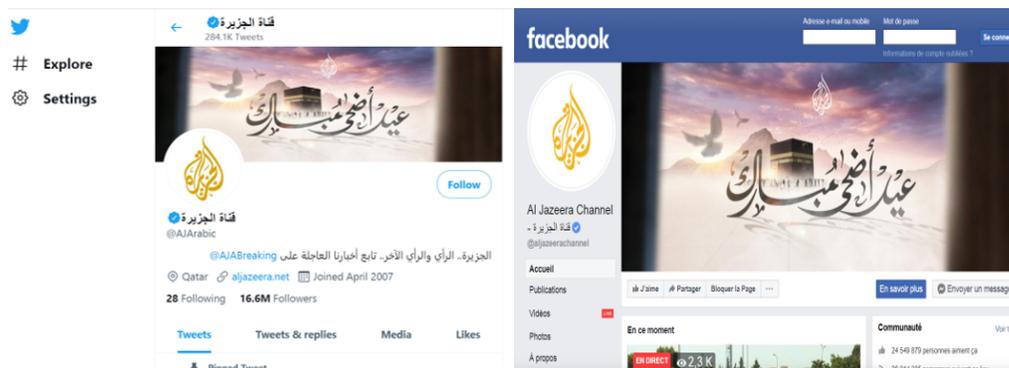


Figure 15 les pages d'accueil des comptes d'Al-Jazeera sur Twitter et Facebook le 27-07-2021

Avant cela une autre question se pose : une chaîne d'informations en continu a-t-elle vocation à souhaiter les fêtes religieuses ? Ce faisant elle empiète l'inclusivité et la pluralité auxquelles elle prétend, sur la figure 15 on voit la phrase « bonne fête d'Aïd al-Adha » et l'image de fond est la Mecque. Un élan islamique renforcé par une chaîne d'information en continu, une convergence entre le compte Facebook et Twitter de la chaîne induit que le compte Instagram n'est pas dans le même panier. Pourtant sur la page Facebook, on a un accès direct sur le contenu posté sur Instagram dans le *feed* comme dans les *posts*, mais pas le reste des fonctionnalités d'Instagram. Pour l'accès complet il faut se rendre sur la plateforme elle-même.

Autre remarque concernant le nom des comptes de la chaîne sur chaque plateforme, le choix de nom du compte c'est simplement 'Al-Jazeera' sur Instagram mais sur Facebook c'est 'Al-Jazeera Channel' ils ont ajouté 'chaîne' en anglais, et sur Twitter encore 'AJ' pour Al-Jazeera mais *Arabic* pour préciser que c'est la chaîne en arabe, comme il y a d'autres chaînes sous le parapluie de cette instance médiatique. À chaque fois on insiste sur un trait particulier de la chaîne ; une fois sur le

fait que c'est une chaîne et l'autre sur la langue, mais sur Instagram, on note l'absence de toute précision de la sorte, car il n'y a peut-être pas ce besoin de la définir, même pas dans la partie Bio, comme on peut le constater sur la figure (16) :

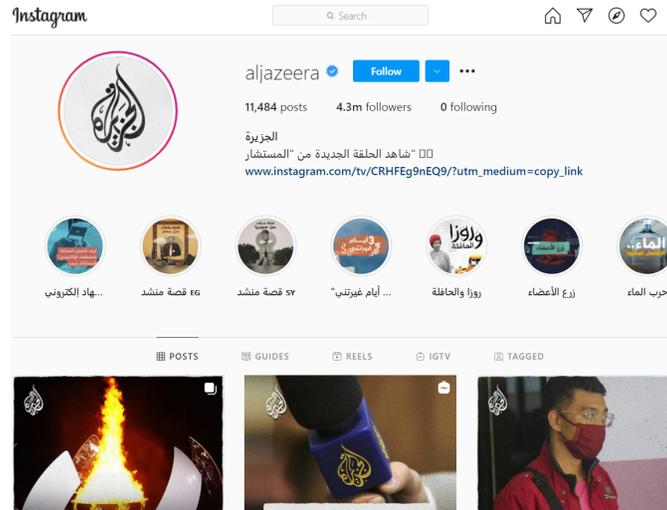


Figure 16 page d'accueil compte Instagram d'Al-Jazeera on y voit le logo, le nom du compte et l'absence de référence à la chaîne télévisuelle et à la fête de Aid alAdha.

Notre deuxième exemple s'étend de la période du 27-07-2021 au 3-08-2021, il montre que les réseaux sociaux servent pour Al-Jazeera à faire de la publicité pour des produits télévisuels avant leur diffusion bien entendu, mais aussi servent à leur prolonger la durée de vie après la diffusion et à créer une discussion animée sur ces réseaux. Il s'agit-là d'un reportage qui traite la production émirienne d'un film hollywoodien qui fustige le Qatar au nom de « *Misfits* ». Cet exemple nous permet de faire donc le lien avec la partie suivante qui traite de la crise du Golfe depuis le compte Instagram d'Al-Jazeera. Cet exemple nous montre aussi un savoir-faire d'Al-Jazeera en ce qui concerne les RSN, il vient à l'appui de ce que nous avons remarqué : une synchronisation entre Facebook et Twitter (voir figure 17) et Instagram suit sur un autre plan avec un décalage. Si les thématiques convergent sur ces plateformes, Instagram néanmoins se distingue. Le facteur temporel joue énormément, dans cet exemple, nous étions obligés de revenir sur nos conclusions faites dans la période du 27-07 au 2-08-2021. Nous avons constaté que Facebook et Twitter étaient sur le même plan tandis que sur Instagram on ne trouve aucune trace ni mention de ce reportage. C'est le 3-08-2021 que sur Instagram on trouve un contenu dédié à ce reportage dans une fonctionnalité spécifique qui est le IGTV.

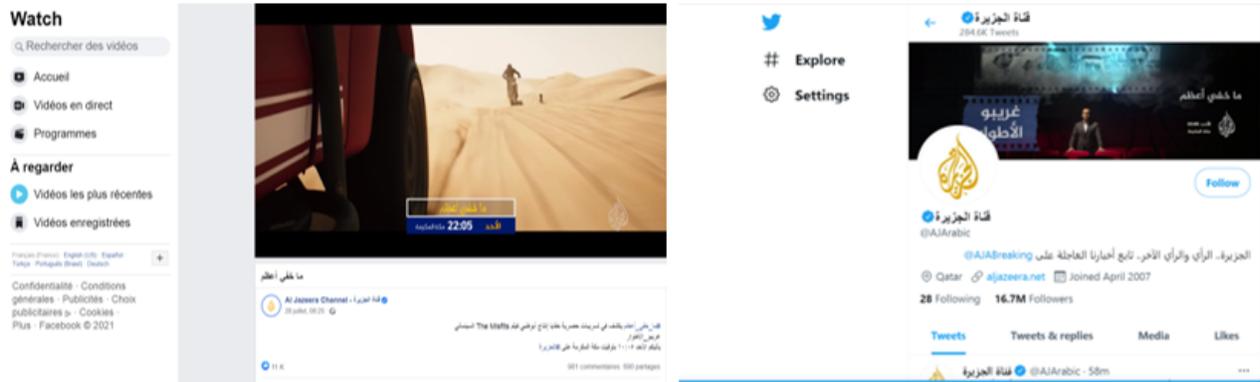


Figure 17 la synchronisation entre la page d'accueil de Facebook à gauche et Twitter à droite pour le même reportage le 28-07-2021

Cette synchronisation est faite non seulement à travers les *posts* et la mise en avant sur les pages d'accueil de la chaîne sur les deux plateformes, mais aussi reprise par des *hashtags* et traitée par d'autres émissions télévisées, « la récolte الحصاد » sur Twitter notamment (voir figure 18).



Figure 18 le hashtag portant le nom de l'émission montre plusieurs tweets dans différentes catégories, on voit l'étendue qu'Al-Jazeera fait autour de ce sujet.

Nous avons cru au début que cette chaîne était rompue quand il s'agissait d'Instagram : aucun « *post-story – réel – IGTV- highlight* » n'était fait à ce sujet. Un jour plus tard on est surpris par la présence d'une publication assez développée sur « *Misfits* » en plus de la présence dans le journal numérique "le sommaire *بايجاز*". Ce qui indique une certaine complémentarité entre les différentes plateformes mais aussi un besoin de communiquer autrement sur Instagram avec une légèreté qu'on a relevé plus haut. Cela indique aussi une absence de synchronisation et d'une vision unique pour l'image de la chaîne sur les plateformes. Le décalage est peut-être dû aux choix de fonctionnalités et d'adaptation de contenu sur mesure pour chacune d'entre-elles. À la fin de la publication on voit apparaître les différents comptes de la chaîne sur les autres plateformes avec

le logo et la durée de la publication qui est de 3 minutes et 35 secondes : capture d'écran du 3-8 - 2021 (voir figure 19) sur la publication faite sur Instagram au nom du film « The Misfits » traduit en Arabe.



Figure 19 capture d'écran effectuée le 3-8-2021 où on voit le même film « The Misfits » dont le titre traduit en Arabe publié sur Instagram Tv on voit sur l'image de gauche le sous-titre en Arabe où le héros demande qu'on appelle l'ambassade du Qatar.

Se mettre en position de défense du Qatar nuit à Al-Jazeera les Émirats ont peut-être loupé leur coup avec l'échec du film aux guichets mais Al-Jazeera lui a assuré une publicité en le mettant en avant en tant que produit de propagande et des attaques directes contre le Qatar. Cette défense nuirait fortement à la crédibilité d'Al-Jazeera et sert dans ce cas les Émirats. Ils se sont faits piéger. Par cela ils ont brisé le pacte médiatique de calmer le jeu politique à quelques mois de l'accord d'Al-Ula en Arabie Saoudite qui a mis fin à la crise. La crise perdure sur le front médiatique, et se prolonge sur les RSN.

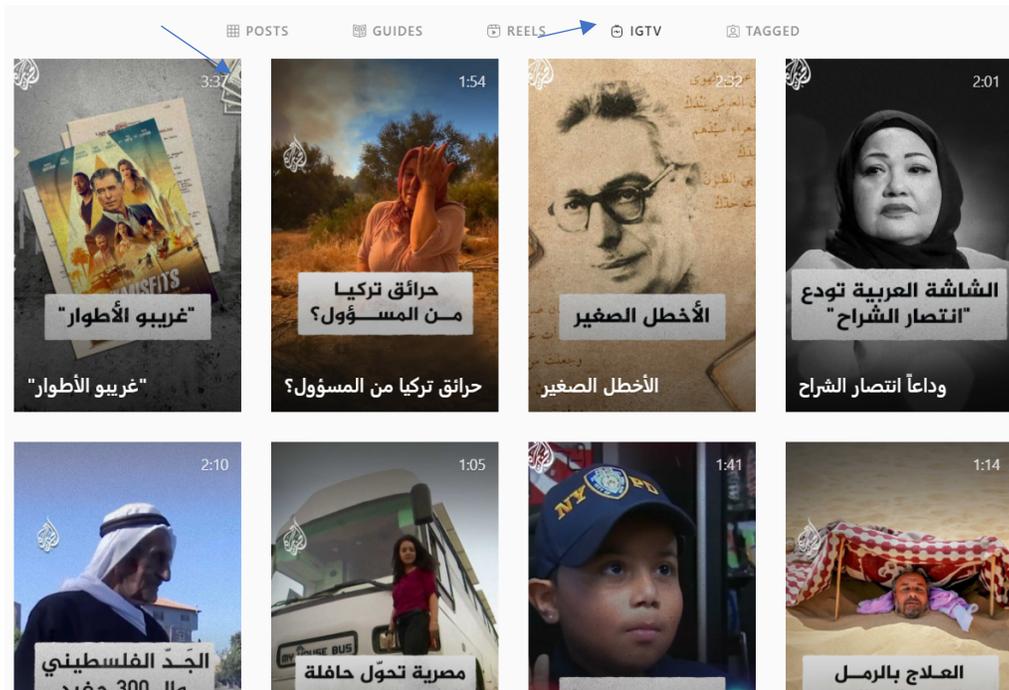


Figure 20 la publication sur IGTV qui dure 3 minutes et 37 secondes sur le film Hollywoodien produit par les Émirats Arabes Unis

À travers cette capture d'écran (figure 20) on voit que la durée de cette publication est effectivement la plus longue en comparaison avec des publications antérieures. Cette publication figure donc dans deux fonctionnalités d'Instagram les « posts » et le « IGTV » afin d'assurer une visibilité plus large et une durabilité d'exposition du contenu, pour que cette dernière ne soit pas noyée dans les fils des publications.

5. L'ampleur du volet télévisuel de la crise de 2017.

Les études précédentes sur Al-Jazeera ont presque toutes posées la question du lien entre le Qatar, qui finance et accueille Al-Jazeera sur son sol, l'indépendance éditoriale ainsi que le ton démocratique de cette chaîne dans un Émirat au Golfe. L'animosité envers Al-Jazeera n'est pas secrète et nous l'avons évoquée dans la partie précédente. À présent nous allons voir pourquoi Al-Jazeera figure sur cette fameuse liste de treize demandes faites par les pays qui boycottaient le Qatar ? Dans quel optique cette demande a été faite et pour atteindre quel objectif ? Est-ce simplement une tentative pour affaiblir ou désarmer le Qatar de son bouclier médiatique ?

La crise du Golfe de 2017 est le moment qui apporte la plupart des réponses et qui contredit aussi certains auteurs comme nous allons le voir :

« Maintenant que le vent de la révolte caresse les rives du Golfe persique, il est sensible qu'Al-Jazeera ne couvre pas pour l'instant avec autant d'enthousiasme les frondes syrienne et bahreïnne (contre laquelle Doha a envoyé des renforts militaires). Comment la chaîne traiterai-elle une révolte qui s'étendrait aux autres alliés du Qatar, comme l'Arabie saoudite par exemple avec laquelle le régime qatari a entamé un réchauffement diplomatique ? Et si la contestation s'étendait au Qatar lui-même, la faiblesse numérique de la population qatarie, la stabilité du régime, la pérennité du système de rente, l'absence d'opposition politique constituée dans l'Émirat et la présence d'Al-Jazeera elle-même suffiront-elles à immuniser la monarchie qatarie contre les possibles répercussions internes du discours prorévolutionnaire de la chaîne ? Bien qu'elle n'ait pas complètement occulté les problèmes politiques locaux dans un contexte où la majorité des critiques au Qatar ne remettaient pas en cause la légitimité de la famille régnante, comment réagirait-elle si l'opposition au régime parvenait à mobiliser des insurgés dans l'Émirat ? Cette question se pose avec d'autant plus d'acuité au regard de la place occupée par la chaîne dans les critiques actuelles des opposants à l'Émir. La question de la couverture par Al-Jazeera

de l'actualité politique proche de son territoire est aussi susceptible de provoquer de nouveaux conflits au sein de la famille régnante »⁷⁴.

Cette longue citation contient les questions les plus pertinentes sur les liens politique et stratégique assez complexes entre le Qatar et Al-Jazeera. D'ailleurs nous avons choisi cette auteure car elle pourrait être l'expert en Al-Jazeera à juger par le nombre d'études menées dans ce domaine. Dans son ouvrage : « Al-Jazeera liberté d'expression et pétromonarchie », une partie est consacrée à l'étude d'Al-Jazeera en tant que « facteur d'aggravation des conflits au sein de la famille régnante » c'était en fait de cet optique qu'Al-Jazeera s'est retrouvée sur la fameuse liste de 13 injonctions faites au Qatar, cela a particulièrement retenu notre attention pour trouver la logique derrière ces demandes. Le fait qu'Al-Jazeera soit sur cette liste au début de cette crise peut être donc interprété comme un feu vert ou une invitation à la branche (Bin-Jassem) de se soulever contre le jeune Émir, ainsi le chaos sera semé à l'intérieur du Qatar et l'Émir se retrouverait pris entre un front interne et externe. Par conséquent et quasi automatiquement l'emprise d'Al-Jazeera dans le cas d'un coup d'État ne sera plus la même. Cette frappe chirurgicale qui vise l'approfondissement des divisions préexistantes entre les membres de la famille royale qatari aurait éclatées leurs règnes et enverrait le Qatar au fond d'interminables crises internes comme d'autres pays arabes riches en ressources naturelles (Libye). Or, l'échec était flagrant (malgré la mise en œuvre des pays du quartette d'une optique qui a des racines dans la réalité) ; ils se sont heurtés à un front uni et solide. Ils ont, en dépit de leurs intentions, unifiés le Qatar derrière le jeune Emir. L'intérêt pour la politique et Al-Jazeera dès lors a sensiblement augmenté et ceci est valable pour l'ensemble des Qataris pas seulement la famille royale du Qatar.

Ainsi nous avons obtenu des réponses à travers cette crise aux questions soulevées au début de cette partie. À maintes reprises, le ministre des Affaires étrangères Qatari a affirmé qu'ils n'avaient aucune intention de fermer la chaîne, qu'ils continuent au Qatar de soutenir la liberté d'expression en soutenant Al-Jazeera. Cette crise a donné libre court à Al-Jazeera d'attaquer 80% des pays du Golfe, la couverture médiatique Al-Jazeera une fois passée à l'offensive a fait des ravages tant au niveau télévisuel qu'au niveaux des réseaux sociaux. Al-Jazeera a complètement déployé l'ensemble des plateformes et a saisi toute occasion qui s'est présentée pour répliquer et divulguer les complots faits contre le Qatar.

⁷⁴ Talon, 'Al-Jazeera, objet médiatique original', p. 60.

Pour avoir un aperçu de la couverture médiatique d'Al-Jazeera nous avons choisi de présenter un échantillon formé des quelques épisodes des émissions télévisuelles iconiques d'Al-Jazeera, mais juste avant de les lister nous avons choisi de présenter les cérémonies des anniversaires de cette chaîne. On remarque que la première cérémonie en 2017 (voir figure 21) a été gracié par la présence de l'Émir qui a écouté attentivement la plaidoirie du directeur de la chaîne arabe (Yasser Abu-Hilala) dans laquelle il a ouvertement attaqué les États-Unis d'Amérique ainsi que les quatre pays qui ont boycottés le Qatar, il a aussi été très fier du professionnalisme de cette chaîne qui lui a gagné le soutien de ses confrères occidentaux notamment (*CNN, BBC, The Guardian, New-York Times*).

La cérémonie de l'année suivante a été aussi lancée sous la thématique de la « dégradation des garanties des droits des journalistes » bien évidemment l'assassinat du journaliste saoudien Jamal Khashoggi, a été omniprésente et mentionné par le CEO de *Al-Jazeera Network*, on remarque que le directeur de la chaîne arabe a changé et pour la première fois il s'agit d'un qatari (voir figure 22&23)



Figure 21 participation de l'Emir du Qatar a la cérémonie d'anniversaire d'Al-Jazeera novembre 2017



Figure 22 la 22^{eme} cérémonie d'anniversaire d'Al-Jazeera, le directeur Qatari de la chaîne



Figure 23 la 23^{eme} cérémonie de l'anniversaire d'Al-Jazeera le directeur exécutive cheik Hamad Althani inaugure la cérémonie



Figure 24 Un documentaire sur le coup d'État de 1996 sur 2 épisodes

La figure 24 est un documentaire très bien élaboré qui traite des tentatives ratées d'un coup d'État pour réinstaurer le cheik Khalifa à la tête du pays en 1996. Derrière les coulisses de ces tentatives apparait une collaboration entre l'Arabie-Saoudite et les Émirats Arabes Unis, le Bahreïn et l'Égypte. Ils ont travaillé étroitement pour : élaborer des plans, armer des insurgés et créer une opposition Qatarie. La narrativité de cette émission dans les deux épisodes suggère que l'attitude « traître » de ces pays en 2017 n'est pas nouvelle comme ils se sont déjà alliés contre le Qatar en 1996. Le lien entre les deux crises serait le double échec (que ces pays ont trouvés que ça soit en complotant en secret en 1996, ou en Public en 2017). La question qui se pose là est : pour quelle raison Al- Jazeera n'a pas diffusé ces informations avant la crise du Golfe ? Qu'est-ce qui la retenait, vu que ça aurait pu faire le buzz au moment de son lancement !? Est-ce une preuve qu'elle est devenue véritablement un outil aux mains de la diplomatie du Qatar ? La neutralité et l'indépendance vis-à-vis des politiques du Qatar sont remises en question. Ceci est le début de la confirmation que ce n'est qu'une chaîne détenue par un gouvernement du Golfe, et que la marge de liberté est plus large, quand cela leur (gouvernement) convient bien sûr. En effet, la liberté de ces chaînes d'informations en continu, dans cette zone, reste relative. Au moment opportun pour les gouvernements de ces pays, ces chaînes-là peuvent endosser des pratiques démocratiques à très

haut niveau, paraître crédibles transparentes et dénuées de toute pression locale. Dans le cas contraire, elles se transforment en marionnettes aux mains de ces derniers. Ces gouvernements tiennent donc les rênes des médias d'une manière ou d'une autre.

De la même façon, dans la couverture médiatique télévisuelle d'Al-Jazeera de cette crise, nous exposons une série d'épisodes d'une émission comme la 'Récolte' (voir figure 25) qui a dédié au moins quatre épisodes à cette crise et le fameux talk-show (Al -Itijah Almouaakis) 'la Direction Inverse' (voir figure 26) qui a fait plusieurs épisodes. Dans les deux cas on voit des titres qui ne sont pas objectifs et penchent vers le Qatar (voir les traductions dans les tableaux 4 et 5). On soulignera aussi une émission qui se pose la question sur la continuité du CCG (voir figure 27).

La version arabe	La traduction en français par nos soins
الحصاد الأزمات الخليجية .. ماذا بعد الرد القطري ؟	'La récolte' - la crise du Golfe... où en sommes-nous après la réponse du Qatar ?
الحصاد الأزمات الخليجية .. عام على جريمة القرصنة	'La récolte'- la crise du Golfe...un an depuis le crime du piratage
الحصاد الأزمات الخليجية .. الغزو العسكري الميَّت لقطر	'La récolte'- la crise du Golfe... l'intention d'envahir militairement le Qatar.
الحصاد الأزمات الخليجية .. عامان على القرصنة	'La récolte' - la crise du Golfe ... deux ans depuis le piratage

Tableau 4 traduction des titre d'épisodes d'émissions traitant de la crise figure 25



Figure 25 la Récolte quatre épisodes consacrés à la crise de 2017 dont les titres sont captivants mais non neutres



Figure 26 le talk-show (Al-Itjah Almu'akis) la direction inverse

La version arabe	La traduction en français par nos soins
الاتجاه المعاكس...هل إنهار مجلس التعاون	La direction inverse ...le CCG s'est-il écroulé ?
الاتجاه المعاكس...ماذا حصلت دول حصار قطر بعد 1000 يوم؟	La direction inverse... qu'obtiennent les pays du blocus contre le Qatar après 1000 jours ?
الاتجاه المعاكس...ثلاثة أعوام على حصار قطر..ماذا خسر الخليج وماذا استفاد المحاصرون؟	La direction inverse ... 3 ans depuis le blocus contre le Qatar ...qu'a perdu le Golfe et quel profit pour le quartette ?
الاتجاه المعاكس...مطربوا الحصار حق التعبير أم علامة الإفلاس؟	La direction inverse... les chanteurs du blocus : droit d'expression ou signe de faillite ?
برومو الاتجاه المعاكس هل أثرت الأزمة الخليجية على حرب اليمن؟	Promo de la direction inverse... la crise du Golfe quelles répercussions sur la guerre au Yémen ?
الاتجاه المعاكس الخليج العربي ... سياسيات جريئة أم حمقاء	La direction inverse... le Golfe arabe... politiques audacieuses ou stupides ?

Tableau 5 traduction des titres de l'émission "la direction inverse" de la figure 26



Figure 27 'la suite de l'histoire 'le parcours et le défi actuel du CCG (traduit par nos soins), émission qui traite la continuité de CCG après cette crise

Il est important aussi de préciser que la participation des artistes phares (au cours de cette crise) ont attisé le feu. Nous avons ajouté les chansons contre le Qatar dans nos listes sur YouTube en 2019, à notre surprise, *Rotana*, la chaîne productrice saoudienne a supprimé les vidéos. Ces chansons qui ont une charge très violente contre le Qatar nous renvoie à une chanson saoudienne diffusée après la libération du Koweït contre l'Irak, mais dont le lyrique était à un niveau poétique très élevé. Ce qui n'est pas le cas pour les chansons contre le Qatar. Effacées donc sur la chaîne de *Rotana* mais dont les traces subsistent sur YouTube. En voici un aperçu : la première, émirienne, s'intitule « dites au Qatar » (voir figure 28) ; la seconde, saoudienne, « apprenez au Qatar » au sens de « donnez la leçon au Qatar » (voir figure 29). Ce qui est frappant c'est la participation d'un grand nombre de chanteurs dans les deux cas, comme quoi même l'art est sous l'emprise de la politique et la liberté de choisir de faire partie ou non de cette chanson ne se pose même pas, vu le nombre d'artistes qui ne sont pas dans le besoin financier, une décadence pour l'art dans cette zone géographique à nos yeux.



Figure 28 chanson émirienne 'dites au Qatar'... de ne pas dépasser les dangereuses limites



Figure 29 chanson saoudienne ‘apprenez au Qatar’

Plusieurs émissions d’Al-Jazeera ont parlé de ces chansons et plusieurs artistes qataris ont dénoncé l’usage de l’art au service de la politique. Et par patriotisme, ils ont même fait des séries télévisées qui dénoncent cette crise survenue lors d’un moment « sacré », séries qui incitent à la haine, comme on peut le voir dans l’émission sans frontière d’Al-Jazeera où on interroge l’acteur vétérinaire qatari sur la crise (figure 30).

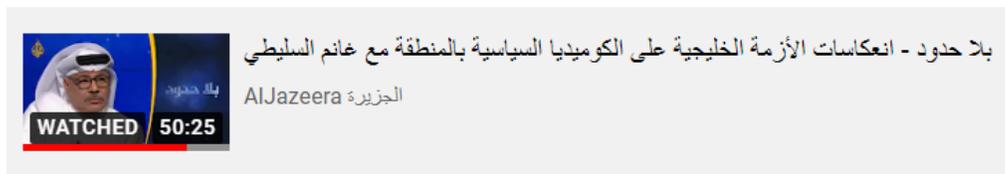


Figure 30 émission sans frontière le reflet de la crise sur la dérision politique au Golfe

Toujours avec la couverture médiatique de la chaîne mais loin des émissions, la crise a investi d’autres plateformes : la crise a été omniprésente dans le treizième volet du Forum d’Al-Jazeera (voir figure 31 et tableau 6), ou plusieurs panels de discussions ont étudié les guerres des Hashtags, l’avenir du Golfe, l’équilibre des forces dans le Golfe et la régression de l’influence du Golfe deux ans après cette crise :



Figure 31 le forum d'Al-Jazeera panel consacré à l'étude de la crise de 2017

La version arabe	La traduction en français par nos soins
افتتاح منتدى الجزيرة الثالث عشر: " الخليج بين الأزمة وتراجع التأثير الاستراتيجي	L'inauguration du treizième volet du forum d'Al-Jazeera : le Golfe pris entre la crise et l'influence stratégique.
العلاقات الخليجية - الخليجية : امان على حصار قطر - منتدى الجزيرة الثالث عشر	Treizième volet du forum d'Al-Jazeera : deux ans de blocus du Qatar
واقع المنظومة الخليجية و تآكل النفوذ السعودي- منتدى الجزيرة الثالث عشر	Treizième volet du forum d'Al-Jazeera l'actualité de l'organisation du Golfe et la corrosion de l'influence saoudienne.
حروب الهاشتاغ	Les guerres d'Hashtag
مستقبل الدور الخليجي في إعادة تشكيل توازنات القوى في الشرق الأوسط - منتدى الجزيرة الثالث عشر	Treizième volet du forum d'Al-Jazeera : l'avenir du rôle du Golfe dans l'équilibre des forces au moyen orient.

Tableau 6 traduction des titres du panel de discussion durant le treizième volet du forum d'Al-Jazeera.

Cela montre le professionnalisme avec lequel la crise est prise, aucun aspect n'est laissé au hasard et une démarche académique est engagée pour démontrer les effets de cette crise. Le degré de sérieux de la prise de conscience de Doha qui doit faire face à cette crise est inéluctable. Doha mobilise toutes ses forces pour y répondre sans considérer que c'est une simple guerre médiatique livrée sans merci.

6. Présentation du dispositif de communication sur Instagram

Nous allons aborder dès à présent le réseau social Instagram, d'où Al-Jazeera a pu mener une partie de sa campagne médiatique durant la crise du Golfe, de la manière la plus inhabituelle ; d'où également on a pu soustraire notre corpus.

Depuis bientôt huit ans, Instagram fait l'objet de notre observation et d'études approfondies. Durant ces années, cette plateforme a connu des hauts et des bas mais elle a aussi beaucoup évolué. Néanmoins, et il faut le préciser, elle ne bénéficie pas du même intérêt académique que ses consœurs (Twitter ou bien Facebook). Cela accentue la hardiesse de notre tâche. Nous commençons donc cette partie par exposer l'historique de cette plateforme, comme nous avons fait dans la partie précédente en abordant l'historique d'Al-Jazeera. Nous pouvons aussi parler de quatre vies d'Instagram, du moment embryonnaire du projet jusqu'à nos jours où l'action de la firme coûte 189.62 dollars américains⁷⁵. Ces quatre vies dans le cas d'Instagram se réduisent au moment de sa conception, son succès, l'achat par Facebook et l'évolution de son usage sous Facebook qui l'a doté d'un « *business model* ». Nous entamerons cette partie par voir si cette plateforme a permis à Al-Jazeera de mener une campagne de propagande connectée. Nous mobiliserons plusieurs sources pour cette partie dont notamment Sarah Frier, *No Filter: The inside Story of Instagram* (New York: Simon & Schuster, 2020)⁷⁶. Une des grandes questions qui accompagnait l'évolution de cette plateforme dès sa conception, et qui continue d'occuper les responsables d'Instagram, ainsi que l'opinion publique, est la censure et la régulation des contenus postés, qui mérite d'être étudiée dans l'avenir.

6.1. Instagram : Conception et naissance d'un géant numérique à développement exponentiel

En 2010, Kevin Systrom a lancé ce que l'on connaît aujourd'hui en tant qu'Instagram. Sa passion pour l'art et la photographie l'a dirigé dans cette direction de créer une application pour le téléphone portable qui facilite le partage des photos. Avant Instagram, Systrom avait fait une

⁷⁵ <https://www.mesmarques-enbourse.com/marque/cours-action-bourse-instagram-21450225600-us30303m1027/> consulte le 16-05-2022

⁷⁶ Sarah Frier, *No Filter: The inside Story of Instagram*, New York: Simon & Schuster, 2020.

application qui s'appelait « Burbn » pour évaluer les meilleurs bars qui servaient ce type de whisky et qui permettait à ses amis et leurs amis également de connaître ces lieux. *Burbn* a inspiré la création d'Instagram quand Systrom a pu trouver un investisseur dans son projet qui lui a imposé une condition : avoir un partenaire, un associé, pour qu'il lui mette la pression pour avancer et trouver les bonnes astuces. Il a vite trouvé et s'est associé avec Mike Krieger. Les deux se connaissent depuis qu'ils sont étudiants à Stanford. Ils ont monté une application qui leur rend des bénéfices à partir des habitudes quotidiennes que les usagers ont et qu'ils amélioreront au fur et à mesure. Systrom avait un bon réseau d'investisseurs de son ancien poste chez Google et savait vendre ses idées. Un jour il s'est retrouvé avec 250.000\$ dans les mains pour améliorer son application et la rendre rentable. La naissance d'Instagram est venue comme une réponse à trois problèmes rencontrés à l'époque par les internautes autour des photos : le téléchargement des photos prenait énormément de temps sur le réseau 3G, la mauvaise qualité des photos non digitales (prises avec des appareils photos traditionnels) une fois téléchargées, enfin publier les photos sur chaque plateforme à part prenait aussi beaucoup de temps. Instagram devait accomplir cette mission d'abord pour l'iPhone et plus tard pour Android. S'inspirant des contraintes d'autres plateformes, notamment Twitter à l'époque (limité de 140 caractères imposés par publication), les photos vont être sous format carré de 306 pixels et 7 pixels de chaque côté. Twitter continue d'inspirer les créateurs d'Instagram quant à l'aspect d'être un réseau social ouvert : les inconnus peuvent devenir amis sur la base de leurs intérêts mutuels, selon les photos postées. De cette façon, ils accentuent le côté amusant ou « *cool* » de cette application. Par ailleurs, le fait que le nombre de followers soit marqué en haut de chaque profil amènerait les utilisateurs à revenir plus souvent vérifier leur compte. C'est une sorte de compétition pour voir si le nombre de followers a augmenté ou baissé, cela veut aussi dire passer plus de temps sur cette application. Le coup de pouce de Facebook est devenu le coup de cœur sur Instagram, en plus facile, tout en double cliquant sur la photo. Le logo était facile à trouver, celui d'un appareil photo polaroïd, le nom de l'application était « *Code name* » et pour augmenter la qualité des photos il fallait inclure des filtres qui vont donner un côté professionnel à tous ces amateurs qui utiliseraient cette application. Le 16 juillet, pendant ses vacances au Mexique, Systrom a posté la première photo sur ce qui allait devenir Instagram. Le partage des photos publiées sur Instagram et leur exportation vers d'autres plateformes amèneraient des curieux et feraient de la publicité pour cette application. Le nom Insta

(instantané) et Télégramme sont combinés pour donner *Instagram*, qui remplacera vite le « *Code name* ». Après seulement huit semaines de travail et avec quatre filtres, l'application a vu le jour. Avant de passer au succès d'Instagram, on doit souligner, pour résumer cette partie, l'application d'Instagram est un bricolage car le concepteur n'a rien inventé. Toutes les fonctionnalités existaient sur les autres réseaux comme Twitter, Facebook ou bien Gmail. Quelle est la nouveauté alors ? Ces fonctionnalités sont simplifiées et mises ensemble pour permettre à l'utilisateur de rectifier ses photos et les publier sur d'autres plateformes plus vite, et que l'esthétisme et la simplicité sont bien présents. Si l'ordre de l'apparition était inversé, Instagram ne serait pas l'application telle qu'elle est aujourd'hui. Ceci est valable aussi sur le développement qu'Instagram connaîtra aux stades plus avancés dans les années qui suivent 2010. Instagram combine les fonctionnalités d'autres applications et aspire leurs utilisateurs, seulement Instagram préserve la même place, pour les photos suivies plus tard par des vidéos, au cœur de l'application.

L'application ouvre au grand public le 6 octobre 2010. Avant cette date, l'application était réservée aux grands designers et photographes pour créer cette allure artistique que le concepteur voulait donner. Le premier jour, 25 000 utilisateurs ont rejoint la plateforme et au bout de la première semaine 100 000, et six semaines plus tard ils sont arrivés à 1 million d'utilisateurs. Un autre indice de succès d'Instagram est que, dès le lancement, c'était l'application « appareil photo » numéro 1 sur *l'app store* par le nombre de téléchargements.

6.2. Achat d'Instagram par Facebook : le monopole rêvé de Mark Zuckerberg.

Victime de son succès, Instagram était convoité par les deux géants de l'époque : Twitter et Facebook. L'offre d'achat par Twitter, au montant de 500-700 millions de dollars américains, a prouvé aux concepteurs que leur application avait une certaine valeur sur le marché de la technologie, mais cette offre n'était pas à la hauteur. Selon Sarah Frier⁷⁷, la popularité de cette application venait justement de la satisfaction psychologique obtenue grâce aux filtres qui « transformaient la réalité en objet d'art ». Cette touche artistique sur la vie des usagers va refléter leur propre image et leur vie d'une autre manière, et ils verront éventuellement leur place dans la société autrement. Une autre équation faite par la même autrice nous dit beaucoup sur la place

⁷⁷ Frier, *op. cit.* p. 29.

d'Instagram parmi ces plateformes mentionnées plus haut : « si sur Facebook il s'agit d'amitié, et sur Twitter il s'agit d'opinions, sur Instagram il s'agit d'expériences visuelles. Ces expériences intéressent monsieur et madame tout le monde, n'importe où »⁷⁸.

L'extraordinaire *deal* dans le monde des affaires s'est réalisé, au mois d'avril, le 9 avril 2012 plus exactement, Facebook a acheté Instagram pour un milliard de dollars. Pourquoi Facebook a payé ce montant pour une application qui est relativement récente à l'époque ? Une autre question qui se pose aussi est pourquoi payer 1 milliard de dollars pour une application gratuite et qui ne rapporte pas d'argent ? Il existe des points de vue différents qui sont nécessaires pour considérer cet achat : celui du vendeur (Instagram), et celui de l'acheteur (Facebook).

Nous commençons par exposer le point de vue des concepteurs d'Instagram en donnant une réponse facile à la question suivante : pourquoi vendre ? Et pourquoi vendre à Facebook ? Selon Sarah Frier, premièrement Instagram jusqu'au jour de vente comptait uniquement 13 personnes dans l'équipe qui faisait tourner cette boîte. Comme les concepteurs sont hyper sélectifs, ils n'arrivaient pas à embaucher d'autres personnes et n'avaient même pas le temps pour le faire. Ces treize personnes débordées par les tâches qui leur sont confiées et le nombre d'utilisateurs nouveaux chaque jour qui ne cesse d'augmenter, ainsi que le nombre de *posts*. Il est utile de noter au passage qu'avec ce nombre, Instagram, qui voulait garder le côté artistique des images postées, devenait une tâche impossible avec des publications d'images qui iraient de la pornographie au « *Junk* » c'est-à-dire aux contenus tout juste bons à jeter à la corbeille. L'équipe entre autres avait la responsabilité de trier le contenu et de supprimer ce qui n'est pas conforme à la politique de cette application. Deuxièmement, il était temps que les investisseurs d'Instagram soient non seulement rassurés mais aussi qu'ils puissent toucher leur bénéfice, et la vente à Facebook assurera cela.

Il est temps de répondre à la question : pourquoi vendre à Facebook ? La première raison la plus simple est le montant de l'offre : 1 milliard en 2012, c'est du jamais vu. Désormais, les raisons techniques sont au cœur de ce choix ; l'expansion et les meilleurs ingénieurs de la technologie étaient chez Facebook. Les équipes en nombre et compétences sont ce qu'il y avait de meilleur à l'époque et dernièrement Instagram avait des incidents techniques, étant logé sur les serveurs

⁷⁸ *Idem*, p. 31.

d'Amazon, et il fallait que cela soit mieux géré pour éviter cette perte de temps sur les questions techniques. Pour résumer, Facebook offre une infrastructure robuste dont Instagram avait besoin pour assurer la continuité, la réussite et une rentabilité assurée pour les actionnaires.

Du point de vue de l'acheteur (Facebook), c'est d'autant plus intéressant pour des raisons suivantes⁷⁹ : Instagram touche un autre public que Facebook, l'anonymat sur Instagram au contraire de Facebook qui demande des noms réels pour établir un réseau avec des amis que l'on connaît ; alors qu'Instagram est un espace plus ouvert où l'on peut suivre, « s'abonner », au compte d'autrui sans le connaître. Une autre possibilité, qui était offerte sur Facebook mais pas sur Instagram, était les liens hypertextes et le partage. La raison principale est que Facebook s'est senti menacé par l'avance d'Instagram, menacé par le fait que les utilisateurs passeront moins de temps chez eux et iront voir ailleurs (Instagram). La domination dont rêve Mark Zuckerberg sur le marché des réseaux sociaux est devenue réalité avec ce *deal*. Instagram est devenu pour Facebook un moteur principal de la croissance de son chiffre d'affaires avec 2,8 milliards⁸⁰ d'utilisateurs sur les différents sous-produits gérés par Facebook. Simplement Facebook a garanti par cette acquisition que la seule alternative à Facebook serait un sous-produit de Facebook.

6.3. Du privé au public : la généralisation de l'usage d'Instagram

Instagram a débuté avec les amateurs de la photographie, les créateurs artistiques, mais il n'en est pas resté là. Par la suite, la plateforme a été utilisée par des musiciens, acteurs, touristes du monde entier, même les animaux de compagnie ont leur compte sur Instagram.

Dans le contexte du Golfe, la mutation ou l'évolution d'usage d'Instagram a eu un effet particulier sur les sociétés. À titre d'exemple, aux alentours de 2016, Instagram a fait naître le phénomène des influenceuses, ou ce que l'on appelle localement au Golfe des « *fashionistas* ». Des personnes qui poussent à la consommation de divers produits de luxe et renvoient une image de leur vie de luxe extrême et de richesse gagnée grâce aux réseaux socionumériques, et où Instagram se taille la part du lion. Comme les usagers de cette plateforme sont *a priori* des jeunes, selon « *A Survey by Denis*,

⁷⁹ Ces raisons sont avancées par un comité d'enquête sur la question du monopole que Facebook aurait après l'acquisition d'Instagram. Cf. Frier, p. 80.

⁸⁰ Frier, op. cit., p. 78.

Martin, and Wood (2017) ⁸¹indicates Instagram is preferred by 55% of 18- to 24-year-olds and is the primary vehicle for this age group in the region (Golfe) »⁸². Cela a pu prospérer et est devenu un phénomène contagieux dans le Golfe. Il faut noter au passage que cela a débuté au Koweït pour se propager ailleurs ensuite. Le placement du Koweït au quatrième rang du tableau qui montre le taux de public éligible présent sur cette plateforme, avec le taux de pénétration des publicités sur ces marchés et leur évolution (voir tableau 7) le prouve.



INSTAGRAM ELIGIBLE AUDIENCE REACH RATE RANKING

Countries and territories with the **highest levels of potential Instagram advertising reach** compared to population (aged 13+)

#	COUNTRY	%13+	REACH	QOQ
01	Kazakhstan	72%	10,000,000	+6%
02	Brunei	71%	250,000	+4%
03	Iceland	67%	190,000	+6%
04	Kuwait	66%	2,300,000	+5%
05	Turkey	66%	44,000,000	+5%
06	Cayman Islands	65%	36,000	+0%
07	Guam	63%	84,000	+4%
08	Sweden	63%	5,400,000	+2%
09	Bahrain	61%	880,000	+7%
10	Chile	60%	9,500,000	+3%

Tableau 7 placement du Koweït au quatrième rang, représentation du public présent sur la plateforme ayant effectuée des recherches après avoir été exposé à des publicités sur Instagram⁸³

L'importance de cet exemple est de montrer les effets de l'application sur les sociétés au Golfe, mais aussi la place qu'elle occupe aux yeux des usagers de la région du Golfe. Certains voient ces applications comme l'opportunité d'une certaine émancipation, surtout pour les femmes⁸⁴.

⁸¹ [Denis, Martin, and Wood \(2017\)](#)

⁸² Zoe Hurley, 'Imagined Affordances of Instagram and the Fantastical Authenticity of Female Gulf-Arab Social Media Influencers', *Social Media + Society*, 5 (1), 2019. Accès : <https://doi.org/10.1177/2056305118819241>.

⁸³ Hadil Abuhmaid Damian Radcliffe, '2020 Annual Social Media Report', *New Media Academy*, p. 38 <<https://nma.ae/en/report/2020-annual-social-media-report/>> [accessed 26 March 2023].

⁸⁴ Ali Al-Kandari, Srinivas R. Melkote, and Ahmad Sharif, 'Needs and Motives of Instagram Users That Predict Self-Disclosure Use: A Case Study of Young Adults in Kuwait', *Journal of Creative Communications*, 11 (2), 2016, p. 85-101.

D'autres regards plus conservateurs accusent les réseaux sociaux de passer « une sorte de rouleau compresseur » sur l'identité et les traditions du Golfe assez réservées par nature.

Sur l'échelle mondiale, les effets néfastes d'Instagram sont étudiés après des tentatives de suicide et les multiples cas d'anorexie. Plusieurs études en psychiatrie ont prouvé le lien entre ces troubles et l'usage de la plateforme par les adolescents.⁸⁵ Pour se défaire de cette image négative, la plateforme a répondu en donnant son aval aux compagnes activistes contre le racisme, contre le cyberharcèlement, etc. Ce qui veut dire qu'il y a une prise de conscience de la part des responsables de la plateforme de l'importance de diriger cette dernière vers des usages non triviaux, plutôt engagés et significatifs dont les effets seront plutôt positifs.

L'achat par Facebook commence alors à se faire sentir et la plateforme commence à être très commercialisante. De plus en plus, les publicités sont les cibles de recueil de données personnelles, et cela se fait pour mieux viser les utilisateurs présents sur cette plateforme ; mais aussi ils ne sont exposés qu'à « un *feed* » sur la page d'explorations basées aussi sur le data que Facebook a pu obtenir. Sarah Frier l'explique d'une manière vraiment claire dans la citation qui suit (traduite par nos soins) :

« Instagram n'est pas conçu pour être une technologie neutre comme l'électricité ou le code informatique. C'est plutôt une expérience fabriquée avec un impact inévitable certes sur les usagers, mais est le produit d'une série de choix de la part des concepteurs afin de savoir comment façonner le comportement des usagers. Instagram a habitué les usagers sur les *likes* (j'aime) et les *follow* (le nombre de personnes qui suit), néanmoins ceci n'a pas suffi, à présent, pour obtenir l'attachement émotionnel ciblé/ souhaité envers ce produit »

⁸⁶

⁸⁵ Exemple d'étude sur Instagram : Jia-Dai Lu and Jih-Syuan Lin, 'Exploring Uses and Gratifications and Psychological Outcomes of Engagement with Instagram Stories', *Computers in Human Behavior Reports*, 6, 2022. Accès : <https://doi.org/10.1016/j.chbr.2022.100198>.

⁸⁶ Texte original en anglais "Instagram isn't designed to be a neutral technology, like electricity or computer code, it's an intentionally crafted experience, with an impact on its users that is not inevitable, but is the product of a series of choices by its makers about how to shape behavior. Instagram trained its

Ce n'est donc plus le côté artistique offert à monsieur et madame tout le monde qui compte, mais comment mieux vendre. Cette logique de marketing a complètement bouleversé l'identité de l'application. Il faut souligner qu'en 2019 Instagram a rapporté 20 milliards⁸⁷ de dollars américains à Facebook.

Cette notoriété de l'application a incité des organisations et des gouvernements à y être présents, auprès de leurs publics ou citoyens : par souci de modernité, ou parfois, pire, pour mieux contrôler, ou juste pour donner l'impression d'être prêts à une interactivité, alors que c'est une fausse promesse, puisque la communication est à sens unique, l'instance gouvernementale publiant des contenus mais les commentaires ou tout type d'interaction par le public sont interdits. L'important est aussi d'être sur ces nouvelles plateformes pour ne pas laisser un vide qui peut être comblé par autrui. Les personnalités politiques du monde entier ont leur compte, de Modi le premier ministre Indien à Obama, actuelles comme anciennes figures publiques s'y sont retrouvées pour renouer avec leurs fans.

En peu de temps, Instagram a évolué et il touche presque tous les domaines. On y trouve tout : des recettes de cuisine, des exercices de sport, les meilleures destinations de vacances, les cours de langue, les cliniques et les médecins, les campagnes électorales, etc. La plateforme a bien été investie par la majorité des usagers pour des fins différentes.

Les médias ont eux aussi investi cette plateforme, de la traditionnelle BBC à la controversée Al-Jazeera.

6.4. Instagram, plateforme de prédilection d'Al-Jazeera.

Le choix de la plateforme pour nous est en phase avec l'intérêt que nous avons personnellement pour cette plateforme qui a commencé durant notre mémoire de master. Nous avons assisté aux moments phares de la transformation d'Instagram (notre compte personnel date de 2012). Intriguée par la venue des personnalités politiques suivies d'instances gouvernementales, cela nous a poussé

users on likes and follows, but that wasn't enough to create the emotional attachment users have to the product today."

⁸⁷ Frier, p. 279.

à effectuer des recherches sur la communication que mènent ces instances sur cette plateforme, et quelles possibilités leur sont offertes pour dialoguer et interagir via la plateforme qu'ils n'ont pas *offline*. Ces mêmes possibilités dans notre thèse sont aussi offertes à une instance médiatique (Al-Jazeera). Le domaine journalistique est là face à un nouveau support, à de nouveaux publics, avec un temps très limité pour capter l'attention des usagers. Une modification s'impose alors dans les pratiques journalistiques traditionnelles.

Une des évolutions d'usage sur cette plateforme avec la forte arrivée des grandes instances médiatiques, est l'usage d'Instagram pour s'informer. Al-Jazeera, dans un souci de présence sur tous les écrans, selon la stratégie énoncée par le directeur du secteur numérique, ne peut pas se permettre de laisser un vide et donc une opportunité pour ses concurrents sur cette plateforme. Si l'on croit les statistiques (*figure 32*) fournies par GO- GLOBE⁸⁸ datées d'octobre 2015 dans un rapport intitulé « *Ce que les Arabes partagent sur les réseaux sociaux* », l'importance d'Instagram réside dans le fait que c'est la troisième plateforme la plus sollicitée par les Arabes. Aussi, 67% des Arabes utilisent justement les réseaux sociaux pour s'informer, d'autant plus que 80% des utilisateurs de cette région accèdent quotidiennement à leur compte et y passent environ 30 minutes par jour.



Figure 32 "What Arabs share on social media": Ce que les Arabes partagent sur les RSN en 2015

Dans un rapport plus récent, datant de 2020, dont sont issues les deux figures suivantes, nous notons une évolution importante par rapport à l'ancien rapport. Cette évolution instructive nous indique une augmentation de la consommation des informations (news) (voir figure 33) de la jeunesse arabe de l'ordre de 79% sur les réseaux sociaux et une perte de part de presse traditionnelle et de la télévision. Une avancée préoccupante certes pour les médias traditionnels

⁸⁸ 'What Arabs Share on Social Media [Infographic]', *GO-Gulf*, 2015 <<https://www.go-gulf.com/what-arabs-share-social-media/>> [accessed 11 November 2020].

mais une instauration de nouveaux modes de consommation plus hybrides avec une tendance à la hausse de la consommation de news sur les réseaux socionumériques. À cet égard, les pays arabes ne font pas exception par rapport aux observations constatées dans le monde occidental concernant la consommation d'information en ligne, comme les rapports annuels du Reuters Institute le démontrent.

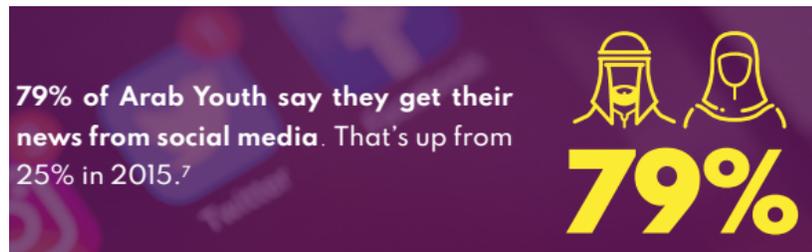


Figure 33 une nette avancée de la consommation de l'information (news) sur les réseaux socionumériques rapport de 2020.⁸⁹

"In 2015, just 25% of young Arabs cited social media as their main news source," the latest Arab Social Media report reminded us, "this year, 79% say they get their news from social media."⁴²

As these findings show, social media increasingly influences numerous aspects of digital diets in the Middle East. COVID-19, faster mobile networks and growing smartphone take-up has only increased these behaviors, creating social media habits which are only likely to grow.

WHERE DO YOU GET YOUR NEWS?

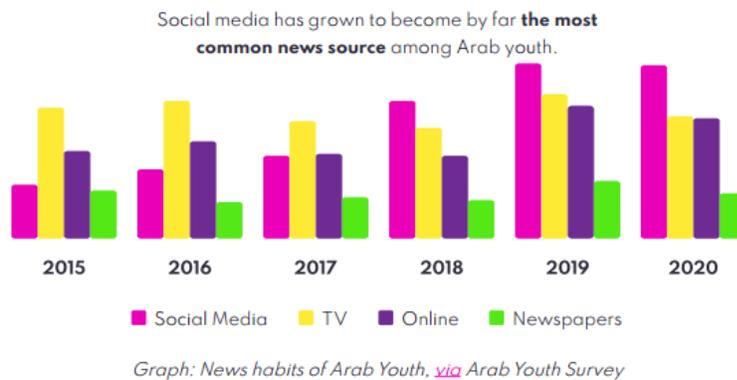


Figure 34 statistique montrant l'évolution de la consommation de l'information (news) par la jeunesse arabe de 2015 jusqu'à 2020 face à d'autres media⁹⁰

⁸⁹ Damian Radcliffe, Hadil Abuhmaid, « Social Media in the Middle East: 2019 in review », 11 janvier 2020, University of Oregon, p. 9.

⁹⁰ *Idem*, p. 21.

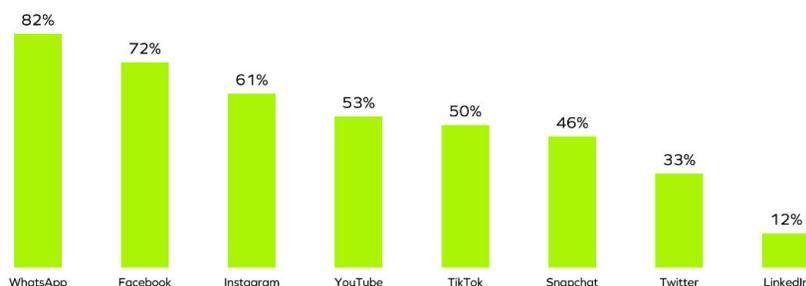
Comme l'expliquent les auteurs de ce rapport, cette évolution est liée fortement au passage par la case COVID, le besoin de mise à jour instantanée est devenu plus pressant depuis. Ces réseaux pris d'assaut par des gouvernements pour informer et lutter contre les rumeurs ou les fake news, ont ajouté de l'interactivité et de la demande sur la *news*, cela a propulsé les statistiques d'usage et depuis ceci est devenu une habitude bien installée auprès des usagers : de consommer donc l'information sur ces plateformes.

Dans le 14e sondage annuel Arab Youth survey⁹¹, publié en 2022, on voit que Instagram se maintient en troisième position des RSN les plus utilisés (61% l'utilisent chaque jour).

WhatsApp, Facebook, Instagram and YouTube are the most commonly used social media platforms



How often do you visit or use each of the following
(Showing percentage, among all, who use each daily)



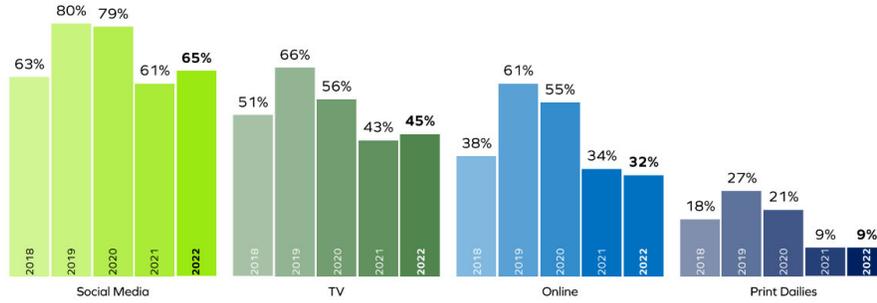
En revanche, on observe un certain déclin de la consommation d'information quotidienne depuis le pic atteint en période de pandémie, mais les RSN restent massivement en tête face aux autres supports : 65% pour les réseaux pour acquérir de l'information, contre 45% pour la télévision, 32% pour les sites, et 9% pour l'imprimé.

⁹¹ « A 'key trend' in latest Arab Youth Survey is 'decline in news consumption' », Arab News, 22 septembre 2022. <https://www.arabnews.com/node/2167336/media>

News consumption is declining with social media being the most important source of news



Where do you get your news?
(Showing percentage among all)



Ces pourcentages incarnent le grand potentiel qu’Al-Jazeera trouvait dans cette plateforme. Il faut aussi voir la démographie des utilisateurs présents sur cette plateforme (ainsi que la démographie de la population arabe, étant la plus jeune du monde (voir figure 35))

Arab States^c

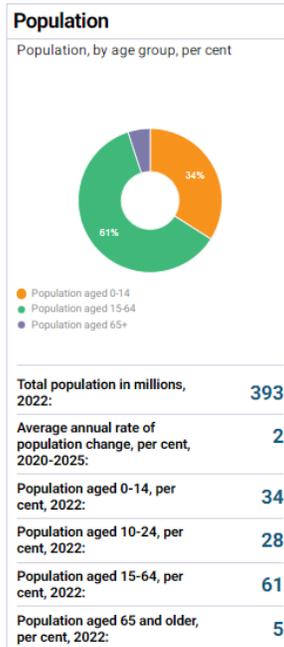


Figure 35 statistiques de la population du monde arabe selon LE FOND UNFPA Des Nations - Unis⁹²

⁹² ‘World Population Dashboard’, *United Nations Population Fund* <<https://www.unfpa.org/data/world-population-dashboard>> [accessed 26 March 2023].

selon le site web « *Omnicores* » une grande partie des usagers sont des jeunes dans la catégorie d'âge 18-24 ans. Ceci explique l'usage des couleurs de la calligraphie et la plupart des sujets de divertissement, hors politiques traités par cette chaîne sur Instagram.

La raison phare de notre choix de plateforme est le fait que l'intégralité des publications sous le hashtag *Shéhérazade* de notre corpus analysé dans la partie qui suit est publié sur Instagram ; même si quelques publications se sont trouvées sur Facebook, Twitter ou même Snapchat.

6.5. La crise du Golfe (2017) vue depuis le compte Instagram d'Al-Jazeera et l'éclosion de la propagande

Al-Jazeera sait pertinemment que les réseaux socionumériques sont des atouts de communication. Ces réseaux viennent donner de l'élan à son action médiatique télévisuelle. Le compte Instagram de la chaîne, avant la crise, présentait un clin d'œil à l'actualité politique régionale et internationale, tout en gardant un certain relâchement et restant plutôt dans le divertissement. Depuis le début des tensions de 2017, une transformation est marquée par le fait que ce compte augmente les publications politiques en lien avec la crise d'une manière directe, mais aussi en attaquant les pays de l'embargo. Nous avons pu prélever, dans le tableau qui suit, le nombre de publications sous des hashtags voués à ces 4 pays (Arabie-Saoudite, Égypte, Émirats arabes unis et Bahreïn) ainsi que les axes sur lesquels Al-Jazeera construisait sa démarche. Néanmoins, il faut souligner qu'il y a des publications dont on ne peut pas rendre compte d'une manière matérialisée ici car les fonctionnalités de la plateforme ne le permettent pas : comme des stories non permanentes ou le fait que les publications disparaissent au bout de vingt-quatre heures. Autre précision : le type ou le format du contenu est un point en commun entre tous les pays en question, ce sont donc des vidéos et des vidéos « hashtagées ».

Le hashtag par pays	Nombre de publications	Date de première publication	Les sujets ou les axes traités par le hashtag	Nature et tonalité
L'Arabie saoudite	110	10-2017	- politique - droits des femmes - manque de divertissement	Attaque / dénonciation très négative

Le hashtag par pays	Nombre de publications	Date de première publication	Les sujets ou les axes traités par le hashtag	Nature et tonalité
L'Égypte	22	11-2017	- droits de l'Homme - politique - médias sous l'emprise du régime.	Dénonciation Manque de transparence et de crédibilité et une tonalité de moquerie
Le Koweït	16	10-2017	- activisme social - aide humanitaire - politique (position panarabe, participation politique interne)	Tonalité très positive
Le Qatar	13	11-2017	- la coupe du monde de foot - politique /crise du Golfe	Victimisation
Les Émirats arabes unis	10	01-2018	- politique - droits de l'Homme	Dénonciation très négative et une tonalité de moquerie
Bahreïn	3	02-2018	- politique - liberté d'expression - droits de l'Homme	Négative

Tableau 8 Publications sur le compte Instagram d'Al-Jazeera liées à la crise de 2017

Ce tableau 8 nous offre une vision de l'ensemble de l'action médiatique d'Al-Jazeera sur Instagram, on peut donc se rendre compte de l'étendue de sa stratégie numérique. Il nous permet aussi de voir, dans les deux premières années de la crise de 2017, comment le compte d'Instagram est devenu un outil incontournable pour Al-Jazeera. Nous allons étudier comment Al-Jazeera, à travers ces publications, dans le tableau plus haut, recense et dresse un portrait de chaque pays en question. Sur ce compte, elle (Al-Jazeera) a choisi délibérément de faire un portrait très positif du Koweït, pourtant ce même pays était durant les premières années de son existence télévisuelle la cible de multiples attaques. Ce changement a pour cause le rôle du Koweït qui a pesé lourd pour le Qatar contre une opération militaire par les pays de l'embargo. En ce qui concerne Bahreïn, c'est une marginalisation complète, une aliénation, comme si Bahreïn n'était pas digne qu'Al-

Jazeera lui adresse des accusations et des attaques. Ceci fait également partie de cette stratégie du Qatar qui a historiquement des ennuis avec Bahreïn. En ce qui concerne le Qatar, c'est le pays victime des complots des pays frères. Il a eu la malchance de se retrouver géographiquement entre ces trois pays qui l'ont trahi en imposant un embargo. Parallèlement à la dénonciation de cette crise, des publications affichent une fierté de maintenir la coupe du monde de football, et d'exposer les avancées dans l'infrastructure en lien avec cet événement mondial qui lui attire les regards du monde entier en diminuant le poids de cette crise régionale et médiocre, et mettant en avant ainsi des priorités que cette crise ne va pas gâcher ni entraver la bonne tenue de cet événement.

Il est nécessaire de s'arrêter aussi sur la date des premières publications. On voit qu'Al-Jazeera s'active sur Instagram à partir de l'automne 2017. Les deux pays qui ont été les plus ciblés par ces *posts* sont l'Arabie Saoudite et l'Égypte : les raisons géopolitiques sont évidentes et les failles concernant les libertés publiques que ces deux pays ont, sont parmi les plus faciles à attaquer. Un axe d'attaque commun à tous les pays de l'embargo est les droits de l'Homme. Ce tableau nous aide à voir le rôle de ce compte Instagram dans la communication d'Al-Jazeera pendant la crise de 2017. Il n'est pas étonnant que l'Arabie Saoudite se soit presque immédiatement penchée sur le volet des droits de l'Homme pour améliorer son image, mais aussi pour ne pas laisser une faiblesse et un angle d'attaque.

Par ailleurs, les grands oubliés de ce tableau sont les États-Unis car le rôle américain en coulisses de cette crise n'est pas passé inaperçu aux yeux Al-Jazeera, et dont le sentiment anti-américain a trouvé l'occasion de se renouveler et se manifester.

7. Algorithme d'Instagram facilitateur de la propagande

Avant de répondre à cette question il faut définir la propagande. Nous avons choisi une définition assez récente qui englobe les aspects que nous traitons ici : La version française de cette définition⁹³ serait : « *une tentative systématique et voulue de la part du propagandiste de façonner*

⁹³ « *Our definition of propaganda focuses on the communication process—most specifically, on the purpose of the process: Propaganda is the deliberate, systematic attempt to shape perceptions, manipulate cognitions, and direct behavior to achieve a response that furthers the desired intent of the propagandist*” Garth Jowett and Victoria O'Donnell, *Propaganda and Persuasion*, 4th edn (SAGE, 2006), p. 7.

la perception, la manipulation ou le changement de comportement afin d'accomplir les objectifs désignés par celui-ci ». Cette définition simple résume la complexité de ce processus et l'aspect intentionnel voulu, donc réfléchi en amont sur un volet stratégique tactique, le rôle de propagandiste y est bien éclairé.

C'est doublement possible de parler de la propagande ici. D'abord par le fait que l'algorithme de la plateforme fonctionne d'une telle manière à vouloir influencer les usagers soit en les exposant à certains contenus plus que d'autres, soit en censurant des contenus de deux manières, voulue et non voulue (par défaut d'intelligence artificielle de cet algorithme ou bien une censure voulue par la plateforme). Cela a sans doute un effet sur la perception du monde, quand on martèle un contenu qui pousse à consommer, l'utilisateur passe à l'acte et consomme. De même pour les idées, si on est en permanence exposé à un contenu d'une certaine idéologie, on finira bien par être plus ou moins endoctriné par cela : plus précisément, les croyances préexistantes vont être renforcées. Ensuite, comme nous avons mentionné plus haut, le fait que la plateforme n'est pas conçue pour être neutre, ce manque de naturalité peut être traduit en propagande, si dans notre cas l'usage de la plateforme est instrumentalisé par une tierce partie comme Al-Jazeera. D'où le débat autour du rôle des réseaux sociaux lors des élections aux États-Unis d'Amérique.

Cette action menée par Al-Jazeera sur Instagram confirme bel et bien l'usage de la propagande ; par premièrement le positionnement de la chaîne et deuxièmement par le choix des thématiques évoquées plus hauts. Al-Jazeera entreprend d'offrir une vision alternée, celle du point de vue arabe sur les questions qui les concernent, mais parfois comme on peut le constater à travers la ligne éditoriale de la chaîne sur son compte Instagram (et pas que Instagram), elle offre une vision alternée qui est en phase avec la politique du Qatar. C'est ce qui nous amène à dire qu'il y a usage de la propagande. Notre tâche n'est pas ici de porter un jugement de valeur, mais de fournir les preuves qu'au moment de la crise extraordinaire, la chaîne a trouvé sur les réseaux sociaux (en l'occurrence Instagram) un espace propice à l'usage de la propagande. Cet usage est rendu tout à fait légitime aux yeux des responsables d'Al-Jazeera par la gravité de ces circonstances. La crise du Golfe de 2017-2020 est donc devenue un moment de propagande connectée sur le compte Instagram. Une raison de plus de s'appuyer sur la définition que nous avons fournie plus haut qui ne fait pas appel au côté péjoratif de la propagande héritée de son histoire, précisément, la phase

de la Seconde Guerre mondiale. Une définition qui est recentrée sur la communication et le positionnement de celui qui fait appel à la propagande.

Une preuve supplémentaire qui confirme l'usage de la propagande mais cette fois sur la chaîne télévisuelle, et vient de la part de l'ex Premier ministre Qatari son altesse Cheik Hamad ben Jassem al-Thani dans un long entretien accordé au journal koweïtien ALQABAS⁹⁴, en plusieurs épisodes. Il a évoqué une réaction vexée de la part du Qatar contre le Koweït en 1994, sur la position koweïtienne quant au candidat qatari au poste de secrétaire général adjoint de la Ligue arabe. Cette position koweïtienne non favorable au candidat qatari a déclenché une crise médiatique prolongée basée sur les « *mauvais calculs qataris* ». L'ancien ministre des Affaires étrangères et ex Premier ministre qatari a avoué avoir instrumentalisé la souffrance du peuple irakien à des fins de propagande contre le Koweït. Ce faisant, il a aussi exposé le recours à la politisation de contenu médiatique. Cette réaction qatarie contre le Koweït a duré un moment jusqu'à la stabilisation du règne d'Hamad bin Khalifa. Donc Al-Jazeera créée en 1996, contribuait à mettre de l'huile sur le feu. Il a par ailleurs analysé la création d'Al-Jazeera « *comme si j'ai contribué à créer un géant qui s'est retourné contre son maître* ». Il a affirmé que l'orientation de la chaîne comme étant panarabe et islamiste mais pas forcément des Frères musulmans, qu'elle est loin d'être neutre et sur la voie de professionnalisation car cela, selon lui, s'acquiert par expérience. Il a montré sa déception quant à ses propres attentes s'agissant des journalistes de l'époque. C'est qu'ils savent faire la part des choses entre liberté d'expression à l'occidental et ligne rouge à ne pas dépasser du monde arabe. Par conséquent, les responsables qataris subissaient une pression énorme de la part des pays qui contestaient les méthodes et le contenu médiatique d'Al-Jazeera. Il a aussi précisé que la chaîne était infiltrée par des agents de renseignement de pays arabes sans dire lesquels et a confirmé que les Américains voulaient la fermer définitivement, tandis que d'autres ont suggéré de la bombarder, que c'est un fait et les explosifs ont été retrouvés sur place à Doha.

Nous allons aussi avoir plus d'éléments de réponse à la question de la propagande dans le partie suivant en analysant notre corpus.

⁹⁴ *معالي الشيخ حمد بن جاسم آل ثاني يتحدث عن أزمة 1994 بين الكويت وقطر*, dir. by AlQabas TV, 2022 <<https://www.youtube.com/watch?v=bEGcPqMfW1s>> [accessed 7 August 2022].

8. Les vidéos au cœur d'une stratégie numérique globale et leurs effets particuliers

Les vidéos occupent une place centrale sur les différentes plateformes des RSN. Le directeur actuel d'Instagram, Adam Mosseri, confirme à chaque occasion que la concurrence entre Instagram et les autres médias se fait sur le terrain des vidéos. Il insiste sur le fait ces dernières sont l'avenir des réseaux sociaux. Son équipe a pour tâche de proposer une mise à jour où les vidéos occupent encore plus de place sur cette plateforme. Il ne voulait pas nommer TikTok, l'envahisseur chinois des réseaux sociaux, mais il sous-entendait bien qu'il fallait faire barrage à TikTok, coûte que coûte.

Afin de satisfaire sa promesse de contrecarrer la vision médiatique arabe traditionnelle en proposant toutes les opinions, et de faire barrage aux flux occidentaux dominant le paysage de l'information, Al-Jazeera a réussi le pari de s'imposer comme un media incontournable qui incarne cette alternative dont il n'était pas question avant 1996. Cette réussite est expliquée par la faculté d'adaptation dont elle dispose comme media et la possibilité de se réinventer en permanence. La réussite d'Al-Jazeera tient notamment à son omniprésence sur tous les écrans confondus, sa persistance, pour ne pas dire son obsession, à livrer sa version des faits, avec un angle singulier. Instagram, longuement considérée comme une plateforme pour les jeunes et les marques où les selfies profilèrent, ainsi que les plats culinaires et les photos d'animaux de compagnie, se trouvent réhaussés au rang des autres plateformes de RSN. Il n'y a pas de mystère derrière le succès d'Instagram, ce sont bien les vidéos comme fonctionnalité et le fait qu'elles sont facilement éditées.

Dans l'ouvrage *Al-Jazeera in the Gulf and in the World : Is It Redefining Global Communication Ethics ?*⁹⁵, on nous apprend que les fonds alloués à la partie numérique sont colossaux. Ce n'est pas pour rien si on voit Al-Jazeera sur tous les écrans, tous opérateurs confondus, avec formats variés. Ces fonds-là se traduisent dans des partenariats avec des grandes firmes de technologie et la mise en place des logiciels qui permettent une action étendue sur le web et les réseaux sociaux particulièrement.

⁹⁵ Haydar Badawi Sadig, *Al-Jazeera in the Gulf and in the World: Is It Redefining Global Communication Ethics ?*, Édition Palgrave Macmillan, 2019.

“Previously, Al-Jazeera opted for the Avid Everywhere strategy to implement an effective news workflow based on Media Central across its network. Mohamed Abuagla, Al-Jazeera’s Executive Director of Technology and Operations, stated that in order to achieve business results, the organization selects partners that can provide innovative technology solutions for the organization’s strategic needs (as cited in Avid 2017). Aiming to expand its existing global digital services in order to enrich the multi-platform digital presence (Bloomberg 2016b), the company and Avid signed a multimillion-dollar Global Services Agreement that focuses on the supply of system support, software maintenance and other customized services.”⁹⁶

Nous traduisons, en apportant quelques nécessaires éléments de compréhension que nous avons intégrés dans le texte et en notes de bas de page :

« Précédemment, Al-Jazeera a fait le choix de coopérer avec le géant de l’industrie médiatique américain : *Avid*. Ce choix consiste d’une part à activer une stratégie d’omniprésence du produit « *Avid Everywhere* », et d’autre part de profiter des services rendus par la plateforme *Media Central* qui elle va assister Al-Jazeera dans l’efficacité et la fluidité de l’information (*news*) parmi les différentes chaînes de son groupe médiatique « *Al-Jazeera Network* ». Mohamed Abuagla, le directeur exécutif de la Technologie et des Opérations d’Al-Jazeera, a déclaré que : l’organisation sélectionne des partenaires qui peuvent fournir des solutions technologiques innovantes afin d’obtenir des résultats commerciaux, ceci pour les besoins stratégiques de l’organisation (comme cité dans Avid 2017). la société (Al-Jazeera Network) et *Avid* ont signé un accord de plusieurs millions de dollars dans le but de développer ses actuels services numériques au niveau mondial, et d’enrichir sa présence numérique multiplateformes, Al-Jazeera

⁹⁶ Sadig, p. 154.

network pourra alors profiter des services mondiaux d'*Avid*. Cet accord concerne principalement la fourniture d'un support système, la maintenance des logiciels et d'autres services personnalisés. »^{97 98}

Dans sa stratégie numérique, Al-Jazeera se focalise sur trois piliers.

- Le premier est le contenu. Deux conditions sont applicables aux contenus postés sur les RSN, la contextualisation précise et la narrativité rapide et claire « quick story telling ».
- Deuxième pilier, c'est la technologie et ici on parle de l'adaptabilité du contenu en question, sur les différents opérateurs (iOS, Android) ainsi que les différentes plateformes ce qui a une conséquence directe sur le format de ce contenu, sur sa présentation et sa durée.
- Le dernier pilier est la marque visuelle « *Visual Branding* », il s'agit de comment ce produit sera finalement présenté, reconnaissable que c'est un produit d'Al-Jazeera, ce qui passe par la fonte, par l'emplacement du texte, par le choix d'image et par la place prédominante de l'idée parmi ces facteurs visuels. Il ne faut pas que l'idée soit noyée. Au contraire, les éléments visuels ont comme rôle de la mettre davantage en valeurs.

La clé de la réussite d'Al-Jazeera sur le volet numérique réside dans le fait qu'elle a pu combiner ces trois piliers avec la façon la plus efficace d'informer : « *As a network, Al-Jazeera is managed, for the most part, to produce a synergy between storytelling and news delivery methods* ». ⁹⁹ Ce que l'on vient de décrire est aussi applicable au processus de production des contenus vidéos.

Al-Jazeera, toujours dans le cadre de sa stratégie numérique, a misé sur son volet numérique d'informer par des vidéos qui étaient de plus en plus en circulation sur les différentes plateformes. Ces vidéos respectent à la lettre le processus de production cité plus haut, pour une raison simple, liée au développement des outils comme les portables et les tablettes, permettant l'enregistrement puis la diffusion des vidéos tournées sur ces appareils. Al-Jazeera a surfé sur la vague initiée par

⁹⁷ Voici un lien vers le produit media central <https://www.avid.com/products/mediacentral> qui est donc une plateforme gérée par *Avid* qui synchronise le travail entre plusieurs chaînes, qui permet, entre autres, d'analyser et de rechercher d'une manière avancée les réseaux sociaux et créer des archives numériques.

⁹⁸ Voici un lien vers l'accord signé entre Aljazeera Network et Avid pour plus de détails <https://www.avid.com/press-room-archive/2017/01/avid-and-al-jazeera-sign-global-enterprise-agreement>

⁹⁹ Sadig, op. cit., p. 156.

Facebook et Twitter d'exposer directement les utilisateurs de ces plateformes à l'information sous contenu vidéo, d'une manière intentionnelle et ciblée ou bien d'une manière accidentelle dès 2015¹⁰⁰. Cette exposition permanente à l'information « *news* » n'est qu'une opportunité qu'Al-Jazeera a su saisir et développer. Ce qui explique l'engouement pour les contenus vidéos sur Instagram et le développement que la plateforme a fait parmi ses fonctionnalités dans ce sens, pour pouvoir héberger des contenus vidéos qui disparaissent (*Instagram story*) ou bien des formats de plus en plus longs (*IGTV*).

Les aléas des contenus vidéos sur Al-Jazeera sont multiples. Quand ces vidéos sont récoltées auprès des activistes dont les intérêts personnels priment et non des journalistes professionnels, dans ce cas-là, la qualité n'est souvent pas au rendez-vous. Un autre piège qu'Al-Jazeera n'a pas vu venir est justement durant le « Printemps arabe » où même ses propres journalistes dont les pays d'origine sont touchés par les révoltes, se donnent la liberté d'influencer le contenu médiatique par leurs opinions personnelles sur les RSN. Les citations qui suivent, mettent la lumière sur ces pratiques, ce sont des extraits d'entretiens anonymisés avec certains membres d'équipe d'Al-Jazeera en arabe d'où le « editor A » que nous traduisons X, de la même façon avec « consultant A » qui devient Y, une autre mise en garde dans cette citation, AJA signifie Al-Jazeera en arabe :

« L'AJA a quasiment supprimé la ligne éditoriale séparant les contenus des réseaux sociaux des contenus du journalisme professionnel. « L'éditeur A/X » dit : Al-Jazeera a déployé des militants dans les rangs des forces combattant le régime en Syrie. Il les a employés comme reporters et correspondants, beaucoup d'entre eux, et a traité leur contenu comme un contenu professionnel. En ce qui concerne les questions politiques, les militants donneront la priorité aux intérêts de leurs groupes {...} « le consultant A/ Y »

¹⁰⁰ «Over the last year (2015) in particular, social networks like Twitter and Facebook have embraced these trends with news feeds filling up with videos, enabling extraordinary levels of intentional and accidental exposure to these new native formats. Facebook's video consumption has increased by 75% in the past year, reaching 8 billion daily video views; over 1.5 million small businesses posted a video (or a video ad) on Facebook in September 2015.» Sadig, op. cit. p. 7.

explique pourquoi l'AJA a commencé à utiliser les médias sociaux avec peu d'investigation et de contrôle : « Pour vous dire la vérité, Al-Jazeera a accordé l'attention voulue aux questions d'équilibre et d'impartialité depuis près d'une décennie et demie dès sa fondation, mais dans les années qui ont suivi le début du « printemps arabe », les choses se sont transformées en un enchevêtrement confus. J'ai arrêté de regarder certaines émissions, comme les émissions phares "la Direction Inverse" et "Sans Frontières". Je veux respecter mon intelligence. On peut décrire la situation comme une situation de désensibilisation. ». ¹⁰¹

Cette frustration rapportée par ce témoignage se poursuit dans la citation suivante qui nous permet de rebondir encore une fois sur la ligne éditoriale d'Al-Jazeera sur les réseaux sociaux, et cette navigation presque à l'aveugle où il n'y a pas un texte sur lequel les journalistes peuvent s'appuyer :

« L'environnement numérique a propulsé Al-Jazeera (AJA) dans un mode de vie rempli de défis et d'opportunités. Cependant, elle a échoué dans le traitement de cette riche source d'information qui est le numérique selon ses propres valeurs et code d'éthique. L'absence d'un ensemble clair de lignes directrices pour le personnel sur la façon d'aborder les réseaux sociaux, concernant la couverture médiatique en général ou les règles qui s'appliquent au contenu spécifiquement, auraient pu exacerber la situation. À titre

¹⁰¹ Sadig, p. 92. « AJA almost removed the editorial line separating social media content from professional journalism content. Editor A says : *Al-Jazeera deployed activists within the ranks of forces fighting the regime in Syria. It employed them as reporters and correspondents, many of them, and treated their content as professional content. It might be suitable to lean on activists when events are of a humanitarian dimension. In relation to political matters, activists will put the interests of their groups first {...}* consultant A explains why AJA started employing social media with little vetting : *To tell you the truth, Al-Jazeera paid due attention to issues of balance and impartiality in the nearly decade and a half since its founding, but in the years since the start of Arab Spring, things turned into a confused tangle. Some programs, like the flagships 'The Opposite Direction' and 'Without Frontiers' I have stopped watching. I want to respect my brain. One can describe the situation as one of desensitization.*

malgré le témoignage négatif récolté dans l'ouvrage « *Al-Jazeera in the Gulf and in the World : Is It Redefining Global Communication Ethics ?* ». Nécessaire car certains terrains sont inaccessibles, voire interdits aux journalistes, alors que la réalité peut y basculer au moment les moins attendus. Al-Jazeera ne veut donc pas y laisser un vide, et elle est en quête d'images qui donnent une impression plus réelle et instantanée. Par le biais de son institut des médias, Al-Jazeera promeut une approche pédagogique, qui a pour objectif une professionnalisation des réalisations individuelles. Dans son texte de cadrage, Al-Jazeera défend la légitimité et la nécessité que Monsieur et Madame tout le monde s'aventurent à travers leurs portables sur le terrain du journalisme, et bien sûr que des journalistes s'aventurent sur le terrain numérique et spécifiquement sur les réseaux sociaux. Compte tenu de l'augmentation du tournage spontané de vidéos, il y a un créneau à prendre pour utiliser ces contenus usagers, au point que ces contenus deviennent indispensables aux chaînes d'informations, au point que ce type de contenu constitue lui-même la *news* au lieu de n'être une simple preuve supplémentaire d'un tournage journalistique effectué sur place. Néanmoins, la chaîne énonce une mise en garde en précisant que le travail journalistique accorde un regard aiguisé à ce qui peut paraître, faussement, comme un détail trivial pour les amateurs. En vérité, cette adaptation journalistique aux RSN est indispensable pour accroître l'audience et l'influence, et elle est exigée pour assurer un certain succès du contenu sur ces plateformes. Mais nous devons confesser à ce stade qu'il demeure une certaine confusion concernant les véritables destinataires de ces consignes. Au début de ce document, le texte s'adresse d'une manière globale à tout le monde (« aux intéressés ») puis, au fur et à mesure que l'on avance, on trouve une partie qui s'adresse explicitement aux journalistes. Rien n'empêche ce mélange, puisque les deux catégories ont de quoi apprendre sur différents aspects. À notre surprise, en observant sur le site de l'institut des médias les stages proposés au public et se faire ainsi une idée de leurs cibles, nous avons trouvé pour les stages de 2023 un programme dédié au journalisme digital comme il l'appelle, pour des professionnels, et nous avons même trouvé un stage pour les diplomates intitulé « savoir-faire diplomatique à l'ère numérique » (voir figure 36) :

أمن المعلومات Information Security 849 USD / ريال قطري 3,100 أكتوبر 16-15 Oct.	صحافة الموبايل Mobile Journalism 1,699 USD / ريال قطري 6,200 سبتمبر 14-10 Sep.	إنتاج الفيلم بالموبايل Film Production with Mobile 1,699 USD / ريال قطري 6,200 أكتوبر 12-8 Oct.
البودكاست Podcasting 1,151 USD / ريال قطري 4,200 نوفمبر 14-12 Nov.	صناعة القصة الرقمية Digital Storytelling 1,699 USD / ريال قطري 6,200 نوفمبر 16-12 Nov.	صحافة البيانات Data Journalism 1,151 USD / ريال قطري 4,200 ديسمبر 21-19 Dec.
إعداد استراتيجيات المشاريع الرقمية Digital Projects Strategy Conception 1,151 USD / ريال قطري 4,200 يونيو 20-18 June	إنتاج نشرة أخبار رقمية Digital News Bulletin Production 1,151 USD / ريال قطري 4,200 أكتوبر 24 - 22 Oct.	الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار Artificial Intelligence in Newsroom 1,151 USD / ريال قطري 4,200 ديسمبر 21-19 Dec.
بناء وتسويق المحتوى الرقمي Digital Content Creation and Marketing 1,699 USD / ريال قطري 6,200 سبتمبر 14-10 Sep.	التحقق والرصد الإعلامي Media Verification and Monitoring 1,151 USD / ريال قطري 4,200 يونيو 20-18 June	المهارات الدبلوماسية في العصر الرقمي Diplomatic Skills in Digital Age 1,151 USD / ريال قطري 4,200 أكتوبر 17-15 Oct.

Figure 36 programme de stages proposés en 2023 par l'institut de media d'Al-Jazeera. Capture d'écran effectuée le 27.03.2023

Ces documents sont d'une grande richesse car ils ont suivi une méthode académique rigoureuse, où les références sont bien citées, accessibles et récentes, des références de poids dans le domaine du numérique. Le document qui a le plus attiré notre attention était celui de la fabrication de vidéos. L'étude est faite dans les détails les plus fins, classée par plateforme, ce qu'il faut faire et ce qu'il faut éviter et par quel logiciel passer pour la perfection de la production et les étapes de production et publication y sont mentionnées. Les trente premières pages sont consacrées à Facebook. Nous étions étonnées de voir que les étapes exposées dans le document s'appliquaient bien à notre corpus. À titre d'exemple : l'intensité de la musique accompagnant le narrateur, la voix unique et la même voix pour différents *posts* liés à la même catégorie, l'usage des mêmes graphiques et l'image animée pour accentuer l'humour, ainsi qu'un discours à la fois direct et personnalisé avec un appui émotionnel s'adressant au public. Nous aurons l'occasion d'y revenir plus longuement dans la partie qui suit.

Tout au long de ce partie, on a eu l'occasion d'explorer l'historique d'Al-Jazeera ainsi que l'historique d'Instagram et de son appropriation par la chaîne d'information en continu. Nous avons pu retracer l'action médiatique d'Al-Jazeera allant de la chaîne télévisuelle jusqu'en détails

sur les réseaux sociaux. La ligne éditoriale de cette chaîne durant la crise du Golfe nous a offert une vision de plus près et plus détaillée, de la stratégie numérique d'Al-Jazeera. Induisant le constat suivant : la haute flexibilité de la chaîne, sa créativité et l'importance qu'elle donne aux réseaux socionumériques, montrent une profonde compréhension des mutations nécessaires auxquelles le journalisme contemporain fait face à l'ère numérique¹⁰⁴. Cette capacité couplée de cette compréhension avec des ressources financières nous élève dans un niveau supérieur de savoir-faire dans ce domaine. Nous avons pu aussi déterminer qu'elle réserve à chaque plateforme une identité propre, qu'il existe un choix prédéterminé pour des contenus destinés à être exposés de différentes manières selon la plateforme, par conséquent une compréhension du public d'utilisateurs présents sur ces plateformes. Ce qui est un signe d'une grande maturité numérique, tant d'un point de vue marketing (identifier les différences d'usages par plateforme) que d'un point de vue journalistique (ne pas se contenter de produire un contenu type diffusé à l'identique sur toutes les plateformes, mais construire des contenus ou dédier des sujets, en fonction des spécificités de chaque plateforme). Par ailleurs, par souci d'audience, l'attention des téléspectateurs et des usagers est captée par les RSN, quand Al-Jazeera utilise ces derniers comme vitrine pour ses émissions, grâce à des produits d'appel. Dans ce cas précis, les réseaux socionumériques sont au service de la chaîne télévisuelle, et il y a complémentarité ou convergence si on préfère. Un dernier point qu'Al-Jazeera a su montrer sur les réseaux par rapport à leur télévision : c'est un assouplissement de leurs normes journalistiques, ce qui les conduit à utiliser ces réseaux pour entrer en polémique, plus ou moins directe, avec les chaînes adversaires, répondant à un reportage jugé défavorable sur une thématique donnée, par un « contre reportage » exposant cette fois le point de vue de Al-Jazeera. Ce phénomène sera approfondi dans la partie qui suit. Al-Jazeera sur les RSN a connu des moments de gloire mais a aussi ses défauts, dont elle sait tirer des leçons (comme quand elle a propulsé des amateurs à la place des professionnels avec l'avancée technique des portables).

Dans ce partie également, on a pu faire descendre Al-Jazeera de son piédestal ; car on a constaté que durant la crise, Al-Jazeera a dévié et a fait usage de la propagande d'une manière ouverte et plus renforcée grâce aux algorithmes, elle est sortie de l'ambiguïté voulue qui entoure sa couverture médiatique pour le pays hôte, le Qatar.

¹⁰⁴ Mercier A, Pignard-Cheynel N, « Mutations du journalisme à l'ère du numérique : un état des travaux », *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, n°5, juin 2014, [en ligne].

Partie III

Al-Jazeera utilise l'arme de la dérision sur Instagram contre les adversaires du Qatar

La dérision occupe une place centrale dans notre étude car elle caractérise notre corpus d'une manière singulière. La dérision a eu une attention toute particulière de la psychanalyse, des psychanalystes, également des linguistes comme sujet de recherche. On va dresser un état de l'art en ce qui concerne les théories qui ont traité l'humour d'une façon extrêmement synthétique. Selon Cristian Palacios ces théories¹⁰⁵ se déclinent en trois catégories :

<i>Incongruity theory</i>	Théorie de l'incongruité
<i>Superiority theory</i>	Théorie de la supériorité
<i>Relief Theory</i>	Théorie de l'apaisement / du soulagement

Tableau 9 les courants théoriques qui étudient la dérision¹⁰⁶

Selon l'auteur, la première catégorie de théorie rassemble toutes les études qui soutiennent la thèse que le rire survient lorsque les attentes ne sont pas maintenues. On peut en effet faire reposer l'effet comique recherché juste sur le principe d'« incongruité appropriée », tel que conceptualisé par Elliott Oring. L'humour repose largement sur des effets de décalage, d'illogisme, d'incongruité, voire d'absurdité face à nos certitudes ou à nos attentes. Et dans cette veine, une « incongruité appropriée » correspond à une situation où le public peut rétablir la réalité, percevoir le référent et donc repérer sans ambiguïté une volonté de décalage pour produire un effet humoristique. L'incongruité appropriée correspond à « la perception d'une relation appropriée entre des catégories qui seraient regardées ordinairement comme incongrues »¹⁰⁷. La reconnaissance d'un trait d'humour se fait grâce à notre aptitude à retrouver une relation valide entre les termes ou les situations pourtant assemblés de façon incongrue. Du coup l'incongruité appropriée est « à la

¹⁰⁵ Palacios Cristian, 'What We Talk About When We Talk About Humor. An Extensive Approach to the Phenomenon of Political Humor', *Comedy for dinner – and other dishes*, 2019, 62–73 (p. 68).

¹⁰⁶ Palacios Cristian, p. 68.

¹⁰⁷ Elliott ORING, *Engaging Humor*, Urbana, University of Illinois Press, 2003, p. 1.

racine de l'humour »¹⁰⁸. Lire la phrase « qui trop embrasse manque son train » ne déclenchera rien de précis comme réaction, si ce n'est une moue dubitative si on n'arrive pas à identifier un référent : celui d'un adage : « qui trop embrasse, mal étreint ». Si on connaît cette phrase, alors l'incongruité prend tout son sens. Il s'agit d'une imitation, d'un détournement, par décalque, pour introduire un décalage de sons, donc de sens. Cela peut provoquer le rire, ou en tout cas le sourire, car on a reconnu l'allusion, on devine le pastiche, et on peut l'apprécier.

Palacios critique cette approche conceptuelle car dit-il, quand les attentes ne sont pas maintenues, d'autres émotions peuvent émerger, comme la peur, la colère ou l'inquiétude. Nous rajouterons en première place, la déception qui, à son tour, va générer la tristesse ou d'autres sentiments précités. Cependant, il est utile de noter que le rire peut être généré par l'élément de surprise contenu dans l'incongruité. Éliminer cette théorie serait donc injuste et infondée. C'est d'ailleurs une pratique courante des humoristes qui jouent justement avec nos attentes, qui jouent à nous surprendre, à nous décevoir. Ce qui est vrai en revanche, c'est que beaucoup d'incongruités ne sont pas humoristiques, surtout lorsqu'elles basculent du côté de l'inconvenance¹⁰⁹. Même si l'inconvenance peut quand même être une ressort comique¹¹⁰.

La deuxième catégorie, toujours selon cet auteur, rassemble une dizaine de noms connus allant d'Aristote à Freud. Comme son nom l'indique ce sont des théories qui soutiennent la thèse suivante : le plaisir de rire survient d'un sentiment de supériorité qui a comme but de corriger ou redresser la déviance dans une société donnée.

La troisième catégorie quant à elle, à savoir le plaisir de rire, émane d'un soulagement ou d'un apaisement du poids écrasant des tensions imposées par les normes dans une société donnée. C'est ainsi que Patrick Charaudeau définit l'humour comme « *un moment de libération d'une contrainte, de négation d'une évidence, de relativisation d'un savoir doxique* ». Il insiste sur l'existence d'une « *connivence ludique* » qui s'appuie sur :

¹⁰⁸ *Idem*, p. 4.

¹⁰⁹ B. Laville, E. Magne, F. Plet (dir.), « L'inconvenance », *Eidolon*, n°121, 2017.

¹¹⁰ Florence Leca-Mercier, Arnaud Mercier, « Coluche / Desproges : usages stratégiques de l'inconvenance vs art de l'inconvenance », actes du colloque « L'inconvenance », organisé par le CLARE, Maison des Sciences de l'Homme d'Aquitaine, 18-20 mars 2015, Bordeaux, presses de l'Université de Bordeaux, 2017, p. 265-277.

« une autre façon de voir le monde et les comportements sociaux comme libération d'une fatalité. Elle cherche à faire partager un regard décalé sur les bizarreries du monde et les normes du jugement social, sans qu'elle suppose un quelconque engagement moral, même si, comme pour tout acte humoristique, une mise en cause des normes sociales se trouve en sous-jacence »¹¹¹.

Cette tentative de catégorisation des théories, que nous soyons d'accord avec ou pas, expose pour nous les fonctions de la dérision. Elle confirme que la dérision est un point de convergence des différentes théories. Dans les études françaises nous avons pu constater cela de près, où l'approche est plus inclusive. D'ailleurs, nous avons à notre disposition un numéro consacré à l'étude de la dérision « Dérision – Contestation » de la revue *Hermès*, (n° 29, 2001), dirigé par Arnaud Mercier. D'une manière synthétique, on peut tirer comme conclusion de cette étude que les différents articles qui ont enrichi ce numéro convergent vers les points suivants :

- Le déploiement et le fonctionnement de la dérision
- Les caractéristiques et les attributs de la dérision
- Les usages et les fonctions de la dérision
- L'étendue des effets que cela peut avoir

Comme le souligne plusieurs auteurs (Mercier et Feuerhahn notamment) le lien entre la dérision et le mépris est très important. Ce lien trace une ligne entre la dérision et l'humour. Ce faisant, il la distingue. La dérision est un processus qui divise les acteurs en deux groupes. Le premier groupe est composé de ceux qui y ont recours, est appelé '*les rieurs*'. Le deuxième groupe est celui des cibles ou des victimes. Le rire engendré par la dérision est un thème de réflexion assez étendu que nous allons traiter tout au long de ce partie, car les rieurs sont considérés comme une communauté dont les membres sont liés entre eux par une vision commune qui déclenche la moquerie, une position commune qu'ils prennent et approuvent par rapport aux cibles. Cette vision sous-tend le désir de rabaisser les victimes. Les cibles perçues négativement sont par la suite isolées du reste. Ce qui dresse automatiquement une frontière entre les rieurs et les autres. Le partage du rire se fait sur la base d'une compréhension mutuelle entre les rieurs. Par ailleurs, c'est l'exercice des liens

¹¹¹ Patrick Charaudeau, "Des catégories pour l'humour?." *Questions de communication* 10, 2006, p. 36.

sociaux qui unis les rieurs leur permettant de « redonner de la publicité à la critique sociale », ce qui simultanément soude ces liens par « le sentiment de complicité et d'appartenance »¹¹².

Une rivalité est vite instaurée entre les deux groupes en question, ainsi que les tensions qui se créent naturellement par cet acte de rabaissement, qui révèle une certaine violence que l'on peut souvent associer à la dérision. L'auteur attire particulièrement notre attention sur cet aspect de la violence générée par la dérision et nous explique la manière dont elle peut être perçue :

« La dérision introduit du rire et du jeu dans le lien social, nous avons montré qu'elle introduit également de la violence. La dérision participe à la dynamique consensuelle du groupe social ou elle se produit. Du jeu pour rire à la contestation et à la subversion, la dérision concerne un équilibre toujours mutable entre moqueur et moqué. Victime de sa propre peur, de son incapacité à se réfléchir dans l'Autre, le moqueur utilise la composante agressive de la dérision, il s'en fait une arme et une défense. Cette violence fictive établit un pont entre les dangers imaginaires et la réalité, au risque des représentations les plus folies. La société oriente et corrige ses mœurs par le rire, contribuant de la sorte à l'entretien et au remodelage permanent de l'identité collective. »¹¹³

À travers cette citation l'auteur insiste sur le fonctionnement que sont les fonctions de la dérision (contester, subvertir, corriger les mœurs, remodeler l'identité collective). La convergence entre eux est totale. Les deux auteurs voient l'aspect ludique de la dérision en employant le terme « jeu », mais cette convergence va aussi plus loin quand les auteurs sont sur le même axe de l'agressivité de la violence qui peut provenir de la dérision : « *Mais globalement, la dérision se présente comme un jeu, comme un air de ne pas y toucher et se transforme, par la magie du verbe choisi, en une forme socialement acceptable d'exprimer son agressivité envers autrui.* »¹¹⁴.

¹¹² Arnaud Mercier, "Pouvoirs de la dérision, dérision des pouvoirs", *Hermès, La Revue*, 29, 2001, p. 11.

¹¹³ Nelly Feuerhahn, 'La dérision, une violence politiquement correcte', *Hermès, La Revue*, 29.1 (2001), 185–97 (p. 195).

¹¹⁴ Arnaud Mercier, 'Pouvoirs de la dérision, dérision des pouvoirs', *Hermès, La Revue*, 29.1 (2001), 9–18 (p. 11).

Jusqu’alors nous avons vu le traitement de la dérision au niveau de l’individu, mais nous faisons un zoom-out afin de remonter à l’échelle d’un pays, nous allons constater un usage particulier de la dérision. On maintiendra ce que nous avons cependant mentionné précédemment pour l’individu qui est toujours valable et applicable. À cela viennent s’ajouter certains aspects comme le rapport de domination : « *La bêtise apparaît dès lors comme une attribution défensive des détenteurs de la culture dominante. La maîtrise légitime de l’intelligence culturelle s’articule avec la domination.* »¹¹⁵. Dans une autre optique, à l’échelle des pays, nous serons amenés à considérer l’apport et le rôle de la dérision dans des pays autoritaires ou non démocratiques. Là, l’accent sera mis sur cette dimension contestataire de la dérision où elle devient un degré indicateur de liberté où on y jouit. Il est rare que la dérision unisse à la fois les régimes démocratiques et les régimes totalitaires ; c’est le cas quand elle devient l’issue unique des populations marginalisées dans le premier cas, ou opprimées dans le deuxième cas : « Pour les sans-pouvoir des régimes totalitaires, comme pour les exclus des sociétés plus démocratiques, la bouffonnerie et l’autodérision sont les seuls modes possibles de critique comique (Hans Speier, 1975). »¹¹⁶.

Une différence est aussi à faire non pas par opposition des régimes (autoritaires vs démocratiques), mais par degré de démocratisation et l’âge de la démocratie, l’usage de la dérision comme le démontre Jolita Horbacauskiene¹¹⁷ : dans une jeune démocratie la dérision politique s’utilise pour attaquer son rival, dans une démocratie ancienne comme la Grèce c’est une dérision ultra agressive. En Allemagne, cette même dérision pousse les hommes/femmes politiques plutôt à coopérer. L’accent est ici mis sur le contexte socio-culturel dans lequel la démocratie et la dérision y sont pratiquées. Les pays munis d’une jeune pratique démocratique vont cerner l’usage de la dérision politique dans des fonctions stratégiques basiques et personnelles, comme l’attaque d’un rival et son rabaissement, le déplacement de l’attention et de la critique et montrer son habilité à utiliser la dérision car ce n’est pas toujours facile. La dérision dans la jeune démocratie a alors un effet d’isolement, de fragmentation ; tandis que dans les démocraties plus anciennes l’effet de la

¹¹⁵ Nelly Feuerhahn, ‘La dérision, une violence politiquement correcte’, *Hermès*, n° 29.1 (2001), 185 (p. 194) <<https://doi.org/10.4267/2042/14504>>.

¹¹⁶ Idem.

¹¹⁷ Jolita Horbacauskiene, ‘Comedy for Dinner – and Other Dishes’, in *Humor in Young Democracy: Functions and Applications*, 1st edn (IEF, 2019), pp. 95–106 (p. 97) <https://www.academia.edu/39105697/Humor_in_young_democracy_functions_and_applications> [accessed 25 February 2020].

dérision serait plus coopératif et rassemblerait plutôt que diviserait¹¹⁸. Cette étude a été menée en Lituanie. On peut donner raison aux auteurs quant à la lumière qu'ils mettent sur le contexte de pratique ; ils soulèvent ici un point assez important et pertinent sur le contexte lituanien sans doute. Néanmoins on peut constater que dans les démocraties comme la France ou la Grande-Bretagne, la dérision est agressive et ne pousse pas à la coopération, mais marque plutôt le clivage et les divisions qui existent déjà. Par ailleurs, certains peuvent prétendre à un point de vue singulier sur la relation qui peut exister entre l'humour et la démocratie ; un point de vue qui consiste dans le fait que l'humour influence négativement l'électorat et induit un désengagement politique déstabilisant ainsi la démocratie :

*"While humor in the political sphere may have enthusiastic proponents, others suggest that humor can powerfully operate in ways that discourage political engagement, ultimately undermining democracy.[...] Their study found that the humor of The Daily Show can have a negative influence, driving down political participation and cultivating cynicism toward the electoral system and political leaders."*¹¹⁹

C'est cette vision que défend aussi A. Mercier, en parlant de la « démoqueratie » comme un élément du « répertoire d'action politique des internautes », constatant que « les réseaux sociaux contribuent à perturber les stratégies d'influence des candidats, leurs stratégies de communication, en donnant une visibilité à des postures sarcastiques vis-à-vis des candidats, qui peuvent aller jusqu'au dénigrement franc et massif, pour aboutir chez d'autres internautes à des campagnes de déstabilisation en bonne et due forme »¹²⁰.

La dérision est donc un exercice assez complexe au sein d'une société. Elle exige une compréhension fine d'une culture et un excellent maniement de la langue, des symboles, des codes et des sous-entendus. Si la dérision politique peut nous apprendre le degré de la liberté d'expression ou dans certain cas le degré de la démocratisation ou de tolérance d'un tel ou tel régime, son absence nous apprend beaucoup sur les régimes totalitaires. Notre étude concerne la dérision politique dans une région du monde que certains partisans orthodoxes de la démocratie qualifieraient d'autoritaire ou quasi-autoritaire, et si on est optimiste on peut parler des régimes

¹¹⁸ Horbacauskienė, op. cit., p. 104.

¹¹⁹ Jason T. Peifer, 'Can We Be Funny? The Social Responsibility of Political Humor', *Journal of Mass Media Ethics*, 27 (4), p. 268.

¹²⁰ Arnaud Mercier, « Campagne électorale, dérision politique et réseaux sociaux : l'ère de la 'démoqueratie' », in Mercier A, Maarek P. (dir.) 2017 : *la présidentielle chamboule-tout. La communication politique au prisme du dégagisme*, Paris, L'Harmattan, 2018, p. 194.

semi-démocratiques dans certains cas. Pour comprendre l'impact de la dérision dans les régimes autoritaires nous nous référons à Mercier : « *Pourtant dans un système autoritaire, les blagues peuvent devenir une des seules armes disponibles pour combattre le régime et pour défaire la construction théorique qui sert d'appui à l'idéologie du pouvoir {...} Le rire est symbole d'individuation par excellence et l'occasion d'afficher sa liberté et sa capacité à comprendre où il fallait rire et entrer ainsi en connivence avec autrui.* »¹²¹. En l'absence d'une véritable démocratie nous constatons donc, à travers notre thèse, une forte émergence de ce que Mercier nomme donc « *démoqueratie* » et qu'il définit comme étant « *l'expression non dans le rejet indifférent (l'abstention électorale) mais dans le désir de faire connaître son mécontentement politique par la dérision* »¹²²

La dérision est par nature liée à l'humour et invite les gens à rire et à se moquer de tout. Il est nécessaire d'avoir une approche dans notre cas qui souligne l'universalité du rire mais non pas les faits qui le déclenchent. Cette universalité du rire, une fois passée dans les filtres de l'interprétation personnelle, trouve une minorité qui l'apprécie et comprend parfois la critique qui la sous-tend :

*« Le monde est toujours le fait de l'interprétation d'un acteur puisant dans la boîte à outils de ses références sociales et culturelles selon les circonstances. Les significations plus ou moins partagées au sein d'un groupe délimitent un univers de comportements connus, elles classent les objets en catégories compréhensibles pour ceux qui connaissent les codes. Même si toute signification est affaire d'un contexte précis, chaque individu acquiert dans l'enfance la faculté de passer du général au particulier pour attribuer une signification à un fait. ».*¹²³

La subtilité de la dérision implique la connaissance de l'autre, ainsi que de ses limites de tolérance afin d'éviter des malentendus. Dans un contexte de crise la dérision est une arme redoutable, ce qui est affirmé par les études antérieures, s'agissant des peuples et des classes politiques qui en font usage, et l'instrumentalisation des médias à des fins électorales. Mais quand il s'agit d'Al-Jazeera basée au Qatar pendant une crise régionale de cette ampleur, comment peut-on qualifier

¹²¹ Mercier, 'Pouvoirs de la dérision, dérision des pouvoirs', p. 11.

¹²² 2017, *La Présidentielle Chamboule-Tout: La Communication Politique Au Prisme Du 'Dégagisme'*, ed. by Philippe J. Maarek and Arnaud Mercier, Communication et Civilisation (Paris: L'Harmattan, 2018), p. 200.

¹²³ David Le Breton, 'Rires et malentendus', *Hermès, La Revue*, 84.2 (2019), 179–86 (p. 179).

cet usage ? C'est certes une arme, mais cela va à la recherche et même à la fabrique des malentendus un des « *effets ambigus* »¹²⁴ qu'elle crée, attisant ainsi le feu de cette crise pour certains qui n'ont pas eu l'habitude de ces tourneurs en dérision des symboles d'États intouchables et presque vénérés :

« Le malentendu est associé au rire de diverses manières. Il appelle le rire ou bien le rire appelle le malentendu. Quand il échappe au fanatisme, par définition dépourvu du moindre sens de l'humour, qui implique une distance, un jeu avec le réel, le malentendu est peut-être la condition, parfois, du bien-entendu. Le rire l'accompagne sous maintes modalités, sous une forme plaisante ou douloureuse, il désamorce la tension ou l'envenime, il s'en moque ou la couvre de sarcasmes. Aucune équation ne la résume, mais le plus souvent le rire adoucit les relations sociales, les renforce. Et le rire autour d'un malentendu manifeste que toute tension se dissipe. Son gradient d'impact négatif ou positif est toujours un fait de contexte, et il est soumis à une réévaluation permanente au fil du temps par les différents acteurs. Il est même parfois le premier pas d'une rencontre où chacun tire une leçon de ce qui a conduit au désaccord ou à une tension durable. »¹²⁵

Cela nous confirme que l'architecture des vidéos postées sous le "Shéhérazade" prend en compte ces visées (les malentendus sont ciblés, et cela profite alors à la stratégie de la communication dans ce cas) et met en œuvre une haute créativité de l'usage de la dérision. Ces malentendus ont contribué à la longévité de cette crise.

Nous allons tâcher d'abord dans ce partie de fournir une définition de la dérision politique. Souligner par la suite les rapports qui lient la dérision à la politique, ce qui rajoute une "couche de complexité" supplémentaire à cet exercice. Dans un deuxième temps, nous allons voir comment la dérision a pris forme dans les pays arabes du Golfe Persique : quelles sont ses origines ? Comment s'est-elle manifestée ? Dans quel contexte socio-historique s'est-elle développée ? Et

¹²⁴ idem

¹²⁵ Le Breton, p. 185.

sous quelles influences ? Une fois un éclairage porté à ces questions, nous évoquerons les preuves de son existence : c'est-à-dire des publications et autres manifestations. Nous allons aussi tôt constater un arrêt important sur la censure médiatique et le développement de la dérision ainsi que la créativité de ceux qui y ont recours. Nous nous concentrerons par la suite sur un lieu de manifestation tout particulier de la dérision que sont les RSN, pour traiter ce qui est connu sous le nom de "la culture LOL".

Dans un contexte géographique américain lointain de notre terrain d'étude, la dérision occupe depuis longtemps le devant de la scène des émissions télévisuelles comme '*late night Saturday show*' ou '*the Daily show*' ce sont des pratiques enracinées dans la culture politique anglo-saxonne. Prenons à titre d'exemple l'importance de ces émissions reconnues, quand le présentateur Trevor Noah a reçu en 2019 le trophée du "leadership and democracy"¹²⁶ afin d'honorer justement le rôle de la dérision dans le maintien de la démocratie. Ce trophée a été décerné par Madeleine Albright, jadis ministre américaine des affaires étrangères, qui lors de son discours a rappelé l'importance de la dérision pour aussi bien la démocratie que, plus surprenant, pour la diplomatie. La dérision a donc pris un rôle grandissant avec les événements politiques de grande ampleur, liés au mandat de Donald Trump (l'interférence Russe dans les élections de 2016 et la destitution du président demandée par le Congrès) où les émissions satiriques se moquent sans cesse de lui et de son administration fleurissent à l'occasion de chaque scandale. Cet environnement propice à l'étude de ces pratiques de mise en dérision nous a permis d'y trouver une définition de la dérision et une vision plus précise encore fournie par James E. Caron :

« La satire signifie une attitude ou une tactique comique (...), qui implique un acte de jugement basé sur une valeur (morale) implicite ou explicite, souvent faite avec l'intention de réformer ou de changer la cible de cet acte de mise en dérision. La réforme ne fait pas référence à un changement d'ordre politique du monde réel, mais implique plutôt un changement au niveau de la pensée, de la perception ou de la croyance, afin de mettre en question (*repentir* de) l'ancienne façon de penser, de percevoir, ou de croire. Comme

¹²⁶ 'NDI's 2019 Gala Celebrates Humor and Democracy', 2019 <<https://www.ndi.org/our-stories/ndis-2019-gala-celebrates-humor-and-democracy>> [accessed 7 June 2020].

pour tous les artefacts comiques, la satire doit être comprise dans un cadre de jeu.»¹²⁷

**Traduction partielle de l'anglais par nos soins*

Cette définition s'inscrit dans la lignée des études que nous avons déjà traitées plus haut. Elle attire particulièrement notre attention car le traitement humoristique des faits se fait dans un but de changement et de réforme, mais cela se passe au niveau des mentalités et des attitudes plutôt que dans le sens de réforme politique à laquelle nous sommes habitués. La dérision en invitant les individus à se poser des questions et à remettre en question certains acquis, réalités ou même croyances, est en train d'agir sur notre esprit : elle « reforme » nos visions. L'auteur nous rappelle une fois encore l'importance du contexte et des limites (transgressées par la dérision) dans lesquelles la dérision prend sens (renvoie à un point que nous avons vu plus haut). L'auteur nous indique que la dérision est basée sur des paradoxes et un mélange de discours allant de sérieux au moins sérieux. Cette définition nous permet alors de comprendre d'une manière générale le fonctionnement de la dérision.

De plus, dans cette étude nous avons trouvé très intéressant le fait que la dérision soit classée en deux catégories : une qui a pour but de reformer et d'éveiller ; et l'autre catégorie où on fait tourner en dérision sans ce même but. Ce classement, ou plutôt cette division, d'une part libère la dérision de sa vocation réformatrice mais introduit une nouvelle possibilité d'usage de la dérision jusque-là, à l'ombre ou mis à l'écart, car on ignore l'utilité de ce type d'usage. On peut en revanche supposer que c'est un usage en vue de diminuer, d'apaiser les tensions. Dans tous les cas, Caron soutient le fait que la dérision pave le chemin des réformes politiques mais ne les déclenche pas

¹²⁷ James E. Caron, 'The Quantum Paradox of Truthiness: Satire, Activism, and the Postmodern Condition', *American Humor Studies Association, Penn State University Press*, 2.2 (2016), 153–81 (p. 156). "Satire signifies a comic attitude and a comic tactic, and names a mode within the discourse of *The Comic*. Satire entails an act of judgment based on an implicit or explicit (moral) value often made with an intent to reform or change the comic butt (target) of a ridiculing presentation. Reform does NOT reference a real-world social or political policy change, but rather entails a potential metanoia, a change in thinking, perception, or belief, even a repentance of the old way of thinking, perceiving, believing. As with all comic artifacts, satire must be understood within a play frame. However, satire displays a paradoxical structure. Analogous to light at quantum levels behaving as both wave and particle, satire registers as both serious speech and nonserious (comic) speech—apparently stepping out of and back into its play frame"

automatiquement. Elle ne fait que créer la condition favorable à la réflexion qui va ensuite générer un acte politique ou social pour se défaire d'une pratique préexistante. Ainsi il trace une ligne de séparation entre les deux catégories en désignant une qui est capable de redresser des dérives axées sur des valeurs communes, et une autre qui pointe du doigt des dérives sans être pour autant axée sur des valeurs. La première est la dérision traditionnelle, "postmoderne" étant une des limites de la dérision (ce qui est fort probable). Il ne faut non plus pas négliger la lueur d'espoir que cela laisse paraître, car dans certains cas, ce qui manque justement ce sont ces conditions favorables et le reste se fait (suit) automatiquement, une fois que l'élément déclencheur est activé. Autre aspect qui attire l'attention dans cette étude, c'est le fait qu'elle introduit un concept de « *satiractivism* » : un type de militantisme lié à la dérision, et son usage fait que les événements politiques (aux USA) sont reçus avec ces vagues d'émissions satiriques relayées par la suite sur d'autres plateformes. Son but étant de résister à certains projets de lois et le fait qu'il y a eu un incident par le biais de la satire, grâce à laquelle on a pu obtenir un changement au sein du Congrès laissant place à la réflexion sur le pouvoir de réforme par le « *satiractivism* ». La force de ce militantisme réside dans le fait qu'elle fusionne les deux types de discours : politique et dérisoire, pour créer ou atteindre le changement voulu comme l'explique Carron :

« Le satiractivisme apparaît comme des **énoncés performatifs** dans lesquels le matériau de plaisanterie d'une routine de stand-up, d'un sketch comique, d'une sitcom, d'une pièce de théâtre ou d'un récit fictif, **n'implique pas seulement une promesse de réforme politique, mais à un certain niveau effectue en apparence ce changement**. Le satiractivisme fusionne ou mélange ainsi le discours comique et politique d'une manière postmoderne qui reproduit l'intégration discursive. La satire sous cet angle devient une forme comique de discours politique »¹²⁸

¹²⁸ James E. Caron, p. 163. "Satiractivism appears as performative utterances in which the joking material in a stand-up routine, comic sketch, sitcom, stage play, or fictional narrative does not just imply a promise for political reform but at a certain level apparently performs that change. Satiractivism thus fuses or

Mais il insiste sur le fait que dès lors que le « *satiractivisme* » introduit un changement dans le domaine politique, il a passé le cap d'être uniquement un discours humoristique ou satirique. Il s'agit plutôt d'un discours politique qui incite au passage à l'acte. Il décrit aussi le mécanisme qui régit le « *satiractivism* » qui commence par créer une résistance et un rejet de ce dont on se moque (idée ou pratique). D'où l'importance du public et de l'audience dans notre monde connecté où l'effet boule de neige est vite atteint, d'un internaute à l'autre, et ce qui fait la force du recours à la dérision. Ces multitudes d'usage ont laissé place à une mutation dans les formats dans lesquels la dérision est présentée, mais il y en a pour tous les goûts. L'importance de la dérision vient du fait qu'elle représente un « *parrhèsia* », par là on fait un détour aux fonctions de rééquilibrage, voire cathartique, de la dérision, comme nous allons voir tout au long de ce partie.

1. Quelle place et quelle manifestation de la dérision dans les pays arabes du Golfe persique

La dérision dans les pays arabes du Golfe persique s'inscrit et s'inspire de la littérature arabe classique. Cette littérature qui n'était heureusement pas confinée dans les limites géographiques du monde arabe, s'ouvre à la littérature grecque et à d'autres avoisinantes, faisant la richesse et la diversité de chacune (par exemple des écrivains phares comme Al-Jaheth (776-867) الجاحظ qui a pris comme cible *l'Avare*, ce qui fait écho dans la littérature française à *l'Avare*, la comédie de Molière de 1668. Dans cet ouvrage, Al-Jaheth fait allusion à certaines personnalités politiques présentes à la cour des Califes, lui qui a vu défiler douze Califes. Pour citer d'autres écrivains connus qui ont enrichi cette littérature avec la notion de dérision à laquelle, et à titre d'exemple, s'ajoute Ibn-Hayan et les poèmes et blagues d'Abou Nawas.

Nous allons nous concentrer à présent sur une période bien particulière de l'histoire du journalisme dans les pays CCEAG, en partant du début pour arriver progressivement vers l'usage de la dérision sur les RSN.

smears together comic and political speech in a postmodern fashion that replicates discursive integration. Satire from this angle becomes a comic form of political speech”

Il est nécessaire de passer par l'histoire du journalisme et du théâtre pour arriver à la notion de dérision. Ces pays ont vu le journalisme se développer chez eux par une forte inspiration des vagues de migration arabe : par le fait que les imprimantes étaient en Égypte, au Levant (Syrie, Liban, Palestine) et en Irak, également par le fait que les premiers journaux au Golfe étaient importés de ces pays ; ainsi que le fait que les journalistes arabes ont débuté leurs travaux dans la zone du Golfe pour diverses raisons politiques (guerre civile au Liban, instabilité de la Palestine) et financières, dans les débuts des années 1960.

La dérision est exprimée de plusieurs façons au Golfe. Nous pouvons noter qu'à l'oral, existent des proverbes qui incitent au maintien de *statu quo*, « tiens ton fou et sois-en satisfait car il existe des plus fous que celui-ci »¹²⁹ (nous traduisons). D'autres exemples seraient dans le domaine de l'autodérision, hautement tolérée au Golfe. Nous citerons à titre d'exemple le vocabulaire à la mode au Koweït, pour parler d'une manière négative de l'homme koweïtien ; on le désigne comme « l'Espagnol ». À l'inverse, l'homme pour parler de sa femme la désigne « aigle », soulignant l'agressivité de cette femme, ce qu'on appellerait un dragon en France. Au niveau du Golfe, les Koweïtiens traitent les Saoudiens de « cartons » et les Saoudiens traitent les Koweïtiens de « boîtes de conserve », pour désigner un emballage supposé vide dont seule change l'étiquette. Et on devine que « carton » est encore un peu plus sévère que « conserve », car au moins la boîte métallique a une apparence de solidité alors qu'avec « carton » même l'emballage est déjà dévalorisé, comme étant fragile. La liste peut être extensive et plus vulgaire, mais ce n'est pas notre but.

On est parti à la recherche des traces écrites et publiées sous formes de poèmes, articles de presse et caricatures. Plus tard avec l'arrivée du théâtre, on trouve une forte manifestation de la dérision au théâtre. Il est impossible pour des raisons socio-historiques de mettre les six pays sur le même plan car le développement et l'évolution du journalisme est propre à chacun de ses pays.

En Arabie saoudite, la région de Hedjaz à l'Ouest de la péninsule arabique, sous l'autorité ottomane, a connu son premier journal officiel en 1908, suivi par le Koweït

¹²⁹ En arabe « dialecte du Golfe » إقضب مجنونك لا يجيك الي أجن منه.

en 1928. Bahreïn a contribué doublement à cette histoire en important les premiers journaux venant d'Inde, et n'a pas tardé à suivre le Koweït en (1928) pour le premier magazine. Le sultanat d'Oman a une riche histoire en se procurant une imprimante à Zanzibar où les publications étaient soit en arabe soit multilingues, dès 1911.

Une prédominance koweïtienne dans le paysage culturel du Golfe est à remarquer, justifiée par le fait que le Koweït était le pionnier dans le journalisme, la production télévisuelle, le théâtre et même le cinéma ; en effet, le premier film arrivé au Golfe est koweïtien. C'est pourquoi nous allons aborder cette notion de dérision enrichie par l'apport koweïtien.

Toutefois, nous pouvons dire avec certitude que le Koweït, parmi ces six états membres, est le berceau de la dérision. C'est grâce au premier magazine spécialisé dont le titre est « la dérision » (« الفكاهة »), publié au Koweït le 12 octobre 1950 (voir figure 37), imprimé en Syrie (où séjournait le propriétaire Monsieur Al-Hattem Abdullah)¹³⁰. Il ne faut pas confondre cette date avec la date de l'apparition du premier magazine au Koweït dont le titre est « le Koweït الكويت » en mars 1928, dont les thématiques étaient plus orientées vers la religion.



Figure 37 la première édition du magazine la dérision où on note l'usage des caricatures.

Ce magazine a donc introduit l'usage des caricatures au Koweït, mais les thématiques étaient plutôt sociétales, loin encore de la politique à cette époque. Ce magazine a connu des succès

¹³⁰ Un magazine sous le même titre publié en Égypte a vu le jour en 1926, inutile de souligner encore l'influence et l'inspiration arabes.

mais a fini par faire faillite, pour des raisons purement financières, au bout de huit ans et neuf éditions au total.

1.1. Où en sont la censure et la dérision au Koweït

« Le recours à la dérision permet de dépasser ou pour dire mieux de contourner cette censure, de faire triompher le moi et le principe de plaisir, en appelant à un plaisir de transgression tolérable. Tourner en dérision et en rire est le moyen de libérer cette agressivité contenue, refrénée, inexprimable autrement. »¹³¹. Avec cette citation, nous allons aborder la censure et la dérision au Koweït, où la marge de liberté d’expression reste la plus élevée du Golfe.

L’impact de la vie politique au Koweït en 1976, à la suite de la suspension de l’Assemblée Nationale par l’émir, pour cause de la non-coopération entre le parlement et le gouvernement de l’époque, a favorisé la naissance de la censure par une loi contre laquelle des journalistes et des parlementaires ont lutté.



Figure 32 la une d'un journal où l'on voit une caricature d'un stylo blessé par cette loi ; ce qui va marquer le début de la censure

L’environnement propice à la “censure extrême¹³²” (voir figure 32) avant la publication, imposé aux journalistes par le gouvernement koweïtien en 1986 à la suite de la suspension de l’Assemblée Nationale par l’émir, a poussé les journalistes à être plus créatifs et à faire usage de la dérision pour codifier le discours et contourner cette censure. Parallèlement, un livre rejeté par les maisons

¹³¹ Mercier, ‘Pouvoirs de la dérision, dérision des pouvoirs’, *op. cit.* p. 11.

¹³² Documentaire sur l’histoire du journalisme au Koweït – Al-Jazeera documentary selon le secrétaire générale de l’association des journaliste koweïtiens.

d'éditions locales (comme ce fut le cas pour le livre du Dr. Abdullah Alnifissi¹³³ « *Le Koweït : une autre opinion* ») est publié par une maison d'édition anglaise en 1987. Ce livre traite de la politique locale koweïtienne et conteste la dissolution non-constitutionnelle de l'Assemblée Nationale. Il faut souligner, au passage, que ce professeur alors chef du département de sciences politiques à l'Université du Koweït (qui sera plus tard membre de l'Assemblée Nationale et sera scénariste de pièces de théâtres qui s'inscrivent dans la dérision politique) a connu des représailles sans précédent : il en a perdu son poste, on lui a retiré son passeport et a perdu son droit d'exercer son métier d'enseignant au Koweït pendant cinq ans. Cela nous indique la fragilité de la démocratie naissante au Koweït à l'époque, et le poids qu'exerçait la censure. Ce serait une conclusion partielle de s'arrêter ici car on doit mettre en avant le courage et cette volonté de briser la censure en la contournant, comme a fait le professeur Alnifissi (ce livre est publié en 2011 au Koweït après la levée de la censure.)

Il faut savoir que la censure dans ces pays (comme ailleurs du reste) agit comme une publicité pour les ouvrages censurés et leurs auteurs, selon le désormais fameux « effet Barbara Streisand », où la volonté d'une autorité d'empêcher la divulgation ou la circulation large d'un contenu crée une telle polémique qu'on obtient le résultat inverse : beaucoup de gens découvrent ce contenu qui devait rester discret voire caché. C'est un effet d'autant plus simple à émerger que le contournement de la censure est devenu possible grâce à Internet, et grâce aux voyages effectués à l'étranger avant l'ère de l'internet généralisé. Ces ouvrages étaient accessibles sur le marché européen ou arabe, quand l'ouvrage avait la chance de ne pas être censuré dans un pays arabe. Toutefois, la société civile revendique de plus en plus la levée de la censure devenue absurde de nos jours ; comme on peut le constater à travers l'initiative prise par une plateforme dédiée à l'art contemporain au Koweït, où ils ont créé un cimetière pour les livres (*cf. figure 38*) censurés afin de dénoncer la censure et protester contre une montée de la censure, en marge du salon du livre au Koweït en 2018, afin de demander davantage de liberté d'expression. Certains accusent les salafistes de travailler dans l'ombre et de confisquer, à travers la censure, la liberté d'expression garantie par la constitution koweïtienne. Des incidents comme les livres censurés au Koweït de cette exposition, et autorisés par la suite au salon de Riyad, a suscité toute une réaction de “ras le

¹³³ *الجزء 15* <<https://www.youtube.com/watch?v=tXr4J0qxDj4>> [accessed 15 November 2019]. د. عبدالله النفيسي الكتاب بعنوان الكويت و الرأي الآخر.

bol'' venant de la classe artistique, politique et journalistique. Révoltée, la société civile koweïtienne lance une pétition sur « Change.com » (cf. Figure 39) et organise aussi une manifestation devant le parlement koweïtien, et puisque l'âge numérique impose le prolongement de la lutte sur les RSN, la mobilisation a aussi donné lieu à plusieurs hashtags, à titre d'exemple : « #décidez pas à ma place » (nous traduisons).

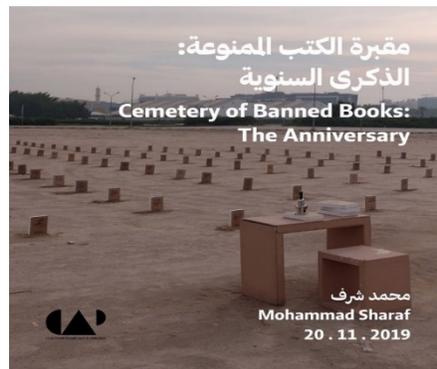


Figure 38 : Cimetière des livres censurés - @capkuwait le 13-11-2019

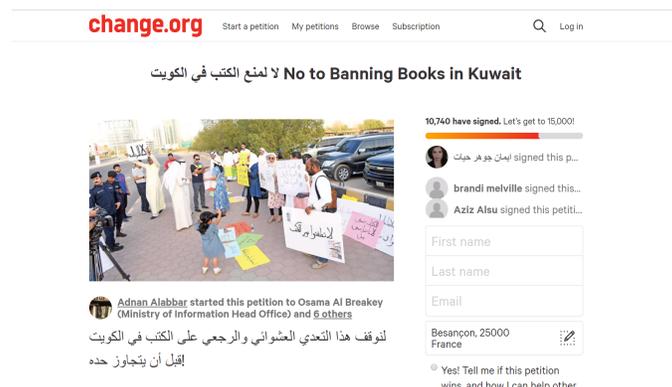


Figure 39 Pétition contre la censure au Koweït - change.com le 15-11-2019

1.2. Qu'en est-il de la censure dans les pays du Golfe

Un arrêt sur les rapports entre la dérision et la censure doit être fait. Si pour A. Mercier il n'est pas question d'opposition : « La dérision ne s'oppose pas à la censure, elle lui offre juste des garde-

fous. »¹³⁴, le rôle de la censure au Golfe nous dit beaucoup sur une pratique à trois niveaux (individuel, sociétal, gouvernemental).

Les pays arabes du Golfe persique convoitent une certaine place sur la scène internationale. De ce fait, sur le plan régional, une forte concurrence s'est lancée pour jouer un rôle de plus en plus important. Ces pays du Golfe obsédés par leur image véhiculée à l'étranger et par le reflet d'un héritage historique de commerçants grâce auquel ils se sont dotés d'une ouverture au reste du monde, se trouvent pris dans le piège de la mondialisation et ses impératifs. Cette ouverture dont ils étaient les seuls maîtres a fini par s'imposer à eux et bien au-delà de ce qu'ils imaginaient devoir concéder ; et jusqu'à présent la censure était, et continue d'être, un remède, mais cela ne va peut-être pas durer.

Il existe trois types de censure au Golfe autour de la production culturelle en général : la censure morale, la censure politique et l'autocensure¹³⁵. La censure dans le Golfe est complètement intégrée dans les filtres personnels des citoyens avant même que les États leur imposent quoique ce soit, car elle émane de leur éducation et de leur culture et qu'ils s'autocensurent. Cette dernière est applicable sur certains sujets considérés comme tabous (comme le sexe par exemple), des interdits venant de la part de la morale, l'approche du respect et le manque de respect dont le curseur peut varier d'une personne à l'autre. La religion (l'Islam notamment et les religions monothéistes avec les interdits de questionner Dieu, ou toute atteinte à la foi) vient s'ajouter aux deux derniers. Par ailleurs, toute production artistique ou journalistique rentre sous supervision directe ou indirecte de l'appareillage de l'État, selon le pays du Golfe en question, à partir de la production jusqu'à la promotion d'un produit culturel. La censure prend une dimension supplémentaire : celle de la politique. L'auteur ou le journaliste doit donc naviguer difficilement entre ses convictions/limites personnelles, celles imposées par la société, l'orientation de la maison d'édition et enfin, surtout ne pas dépasser ses limites quant à la politique. Mirgani parle « *d'un contrat culturel ou afin de faciliter la production artistique, l'artiste ou l'auteur doit faire preuve d'obéissance aux politiques locales* »¹³⁶. Ce contrat doit être respecté et valable pour ceux qui sont

¹³⁴ Mercier, 'Pouvoirs de la dérision, dérision des pouvoirs'.

¹³⁵ Suzi Mirgani, 'Introduction: Art and Cultural Production in the GCC', *Journal of Arabian Studies*, 7.sup1, 2017, p. 7. <<https://doi.org/10.1080/21534764.2017.1358939>>.

¹³⁶ Mirgani, p. 7. Traduction effectuée par nos soins

déjà implantés dans cette zone, également pour ceux qui viennent occasionnellement y exposer leurs œuvres ou y travailler ou publier. Toutefois, une marge de manœuvre (aussi étroite qu'elle soit) existe, en dépit de tout ce que l'on vient d'énumérer, et dépend largement de la créativité des auteurs/journalistes/caricaturistes/cinéastes. Les règles du jeu sont donc connues et incorporées dans les corps de métiers concernés. Durant les dernières décennies, on assiste à une poussée d'espaces d'échanges culturels partagés, où cette identité du Golfe (*Khalji*) est mise en avant dans des expositions, des musées, des salons, des forums médiatiques, etc. On peut penser aux lieux concrets comme les musées internationaux installés à Doha ou à Abu-Dhabi. Or, un nouveau type de censure surgit avec la crise du Golfe de 2017, quand par exemple les Émirats Arabes Unis considèrent comme un crime puni par la loi toute sympathie avec le Qatar et les Qataris. C'est une censure liée à la crise diplomatique et à la volatilité des relations internes entre les États membres du Conseil, ce qui est du jamais vu avant la crise de 2017. Une censure individuelle d'un ouvrage ou d'une personne a toujours existé, mais non pas celle d'une nation.

1.3. L'incarnation de la dérision par la caricature au Koweït

Les débuts de la peinture, en générale comme art, se sont vite heurtés à l'ignorance¹³⁷ liée à l'interdiction de représenter l'être humain comme dans des portraits. C'est pour cette raison que les œuvres du peintre Abdullah Al-Fraj (1836-1901) ont été détruites peu après son décès. Plus tard, la photographie a connu le même sort, ainsi que la télévision qui a même été tardivement introduite en Arabie Saoudite pour la même raison. Cela explique une introduction tardive de cet art qui est la caricature.

Néanmoins pendant les années 1940, les dessins d'un des pionniers de la peinture figurative au Koweït, Monsieur Ahmad Moahmoud al-Amer, ont été publiés. Il a été chargé de faire la couverture du magazine « La bourse »¹³⁸ en 1946 publié en Égypte (derrière ce magazine se cachent des étudiants koweïtiens boursiers au Caire). Ce

¹³⁷ الثقافة في الكويت، بواكير – اتجاهات- ريادات ، د.خليفة الوقيان، الجزء الثاني، الطبعة الثالثة المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 2010

¹³⁸ « البعثة »

magazine a beaucoup enrichi le paysage culturel de l'époque. Il faut mentionner cependant que des incidents ont eu lieu : comme la publication de ses caricatures sous un autre nom l'a poussé à contester cette action et d'arrêter de publier ses dessins, il s'agit de monsieur Ahmad Moahmoud al-Amer. Plusieurs artistes koweïtiens ont ensuite publié leurs dessins dans divers journaux et magazines durant cette époque, mais c'était une activité parmi d'autres pour eux, ils n'étaient pas des caricaturistes à plein temps. Puis dans les années 1950, la continuité de la caricature en lien direct avec la dérision, est assurée par exemple, par le magazine « la dérision » (cf. Figure 31)

Pendant la décennie 1960-1970 le paysage médiatique au Koweït, comme au Golfe, a longtemps été sous le monopole des causes panarabes. La caricature en fait partie, et au Koweït plusieurs caricaturistes arabes très connus au Liban et en Palestine ont vu leurs travaux célébrés dans les expositions de caricatures, comme par exemple Beyar Sadique, du Liban, en 1973, dans une exposition financée au Koweït par le ministère de l'information. Par ailleurs, le grand caricaturiste Naji al-Ali¹³⁹ a publié sa marque de fabrique avec le personnage *Handala* (حنظلة) (voir figure 40) qui est apparu pour la première fois en 1969 dans le journal koweïtien *Alsiyassa* (« La politique ») et ensuite dans le journal *AlQabas*. Ce personnage montre la résistance face à l'occupation israélienne et met en avant le dysfonctionnement politique de la lutte pour la paix. Naji a perdu la vie à cause de tout cela, à Londres, quelques années plus tard.



Figure 40 Handala " non à l'assassinat politique" par Naji Al -Ali

¹³⁹ https://fr.wikipedia.org/wiki/Naji_al-Ali
<https://alqabas.com/article/5727222->

Ces caricaturistes ont côtoyé leurs collègues koweïtiens qui se sont enrichis de cet apport ; et un personnage koweïtien qui s'appelle « *Mola Musleh* » « ملا مصليح » est apparu en tant que personnage clé sur la scène de la politique locale du Koweït par Ahmad Hilal.¹⁴⁰ Dans la même lignée, mais plus récemment, en 2005, des personnages, «Bo-Qotada et Bo-Nabeel» (figure 41), sont apparus. Un de ces personnages est apparu à la télévision en 2007 sous forme de dessin animé en 3D, ce qui est alors un élément phare de la dérision koweïtienne. Ce fait a redoré le blason de la caricature koweïtienne et a réussi à attirer de nouveau les regards vers cet art. Néanmoins, certains épisodes ont coûté cher à la politique étrangère koweïtienne en raison d'une critique visant l'ancien Premier ministre qatari, son excellence cheikh Hamad bin Jaseem, ainsi que l'opinion publique marocaine et les autorités marocaines à cause d'un épisode où les femmes marocaines ont été négativement représentées.



Figure 41 "Bo-Qotada et BO-Nabeel" caricature Koweïtien devenu Dessin animé de la caricature koweïtienne mentionné ci-dessus

Pour nous permettre de mieux comprendre cette image, nous allons brièvement présenter une grille de lecture pour les trois familles qui figurent sur cette affiche. Nous précisons que nous faisons une lecture de sens occidentale, c'est-à-dire de gauche à droite :

¹⁴⁰ فن النقد الساخر ص 13

- Le couple en gris sur la gauche, avec la femme rousse non voilée et l'homme sans barbe ni moustache, leur enfant en short (visiblement très occidentalisés) correspond au couple Bo-Nabeel et représente la tranche libérale des commerçants aisés financièrement.
 - Deuxième famille, au centre : la femme avec le visage voilé, le fils et le père représentant le chef de famille en habit traditionnel, équivalent aux bédouins. Ce qui nous permet de dire cela, c'est le type de voile que porte la femme. Paradoxalement, ses origines renvoient à l'Iran.
 - La troisième famille sur la droite : c'est la famille de Bo-Qotada, visiblement islamiste (Frères musulmans) au vu de ses vêtements, de son apparence en général, et bien sûr de son idéologie qui ne peut être visible et perceptible sur l'image.
- Dans le fond, en arrière-plan, on observe la présence d'un animal emblématique du Koweït qui est le dromadaire et en avant, au premier plan, une petite chèvre ou une brebis.

Il faut noter au passage que ce dessin animé a engendré les foudres des islamistes au Koweït, en signalant leurs dérives à maintes reprises. Même si une société reste plus complexe et sophistiquée que la simple l'histoire de ces trois couples sur trente épisodes ; ce dessin animé reflète avec une certaine fidélité la vie et l'opinion publique koweïtienne, que l'on soit d'accord ou pas. Cet exemple nous renvoie vers une version plus récente de l'usage de la dérision à la télévision, et nous montre qu'elle est hautement consommable et complètement intégrée dans la vie koweïtienne. Elle souligne la liberté d'expression qui a atteint son sommet, et que c'est un dessin animé qui a parfaitement détourné la censure.

1.3.1. Les pièces de théâtre – une manifestation extraordinaire de la dérision dans les pays du Golfe

Nous allons nous appuyer largement, dans cette partie, sur l'étude sociologique du théâtre au Koweït et à Bahreïn menée par Ibrahim Ghoulom, dans son ouvrage « *Le théâtre et le changement sociétal dans le Golfe, étude sociologique de l'expérience du*

theatre au koweït et Bahreïn »¹⁴¹. Ce choix est justifié par le fait que le lien entre la dérision et le théâtre est soigneusement étudié. L'angle sociologique de cette étude nous permet de comprendre dans les détails la dérision dans le Golfe et les facteurs qui ont favorisé son épanouissement artistique au théâtre. Le fait que la limite géographique de cette étude est étroite nous montre d'abord que la dérision s'est largement manifestée dans ces deux pays qui ont connu le théâtre plus tôt que les autres. Le théâtre avait un rôle éducatif, et s'est borné à l'histoire et à la poésie (c'était le cas pour Oman et l'Arabie Saoudite). Ce dernier, dont le théâtre reste figé dans un cadre hautement formel n'a pas su se développer en dehors des écoles et sans le soutien orienté par les autorités saoudiennes. Il est intéressant de noter que le théâtre en Arabie saoudite a été longuement boycotté au début, car confondu avec les cabarets. Les Émirats Arabes Unis ont connu un développement dans le domaine du théâtre à partir des années 1970 en comptant sur les expériences d'autres pays arabes dont l'Irak, le Koweït ou Bahreïn. En ce qui concerne le Qatar, son expérience n'est pas loin de celle des Émirats, avec une différence au niveau qualitatif qui témoigne une certaine prise de conscience de la part du théâtre privé en opposition avec le théâtre soutenu par le gouvernement. Il est pertinent de souligner que le développement du théâtre comme art ne peut se faire sans lien avec tout un développement sociétal. Le théâtre n'est qu'un reflet des sociétés dans lesquelles il évolue, ce qui peut expliquer la différence entre les pays du Golfe dans ce domaine précis.

Revenons, après cette brève introduction, à la dérision dans l'ouvrage d'Ibrahim Ghoulom. L'auteur affirme que la dérision artistiquement manifestée est incorporée dans « *des dynamiques de changements sociaux, employant le rire, ses fonctions ainsi que ses connotations symboliques pour refléter ces changements au niveau local, mettant en évidence la non-universalité du rire : c'est-à-dire les particularités qui font que chaque société rit de ses propres thématiques* »¹⁴². La dérision théâtrale s'est développée au Golfe autour de deux *nœuds* ou *thèmes*. Comme il l'explique « *le premier étant le conflit autour des valeurs changeant et le deuxième l'arrivée subite de*

غولوم د. إبراهيم عبدالله، المسرح و التغيير الاجتماعي في الخليج العربي دراسة في سوسيولوجيا التجربة في المسرحية في الكويت و البحرين (الكويت: عالم المعرفة- المجلس الأعلى للفنون و الآداب، 1986)

¹⁴² غولوم د. إبراهيم عبدالله، p. 15.

la fortune due au pétrole ». Ce qui a entraîné selon lui un « *gouffre culturel* » où la croissance économique n'est pas accompagnée d'une croissance sociale et spirituelle, et les déséquilibres règnent dans les sociétés du Golfe, impliquant un fort usage de la dérision dans le théâtre pour traiter ce déséquilibre.

Nous allons nous arrêter devant ce que l'auteur appelle « *des dynamiques de changements sociaux* » car cela indique l'importance que l'on doit attacher à l'étude de la dérision en générale, et spécifiquement à l'étude de la dérision dans le Golfe. Parmi ces dynamiques de changements sociaux, la plus marquante est l'apparition d'une classe sociale qu'il désigne comme la « *bourgeoisie d'opposition/contestataire* ». Cette classe sociale a comme rôle vital de contester la morale, les traditions et aussi les lois, concernant les changements survenus dans la société par le passage à la production du pétrole et l'enrichissement du pays. C'est là que cette classe a utilisé la dérision comme arme contre les figures ou les symboles de l'autorité (le père au niveau familial, le capitaine du navire, et le dirigeant au niveau d'un pays) et a réussi à reformer la société et à la préparer à tous ces changements rapides. D'ailleurs, c'est une raison qui a permis de maintenir son existence en tant que groupe et sa prise de conscience aussi. Pour tourner en dérision ces pratiques et ces traditions, il faut jouir d'un certain seuil de liberté : c'est le cas au Koweït où le théâtre basé sur la dérision côtoie la démocratie qui y est pratiquée, où un échange s'est instauré entre le théâtre et le régime. Cet échange a permis à la bourgeoisie d'opposition d'avoir un esprit critique assez tranché qui ouvre le dialogue entre les partisans du progrès et les conservateurs, qui met en avant ainsi un débat d'idées novatrices. La bourgeoisie d'opposition, quant à elle, s'est mieux organisée et nourrit l'opposition au niveau familial entre les classes de la société, et au niveau politique dans les limites permises par la constitution au rang de l'Assemblée Nationale pour façonner une opinion publique ou plutôt une *humeur* publique.

Grâce à l'amplitude possible de la liberté d'expression et le mouvement artistique très actif au Koweït durant les années 1950 ¹⁴³ jusqu'à 1990 et à la diffusion télévisuelle des enregistrements

¹⁴³ Plusieurs références nous indiquent une date antérieure (février 1948) pour des pièces de théâtre publiées dans le magazine « La bourse », où une pièce de théâtre s'appelle « Dérision », mais nous n'avons pas accès à ce texte pour déterminer la nature du contenu, pour voir s'il est bien inscrit sous la dérision politique.

des pièces de théâtre en question, le Koweït a rayonné, pour ne pas dire a monopolisé ce terrain où la dérision politique a connu son âge d'or dans le Golfe.

Nous allons à présent exposer quelques exemples de pièces de théâtre qui ont enrichi l'histoire de l'art et la dérision politique au Golfe.

1.3.1.1. « *Le Koweït en l'an 2000* »

Le 5 février 1965, une pièce de théâtre avant-gardiste employant la dérision d'une manière singulière sous le titre « le Koweït en l'an 2000 » « الكويت سنة 2000 » marque cette habilité à utiliser le théâtre pour exprimer les idées futuristes et les peurs de passage à une société purement et durement de consommation. Il faut signaler le fait que le pétrole va un jour s'épuiser, laissant les Koweïtiens sans savoir-faire dans leur environnement hostile (entre le désert et la mer) et qu'ils ne pourront pas rebasculer dans la misère une fois qu'ils auront goûté à la vie aisée et aux voyages luxueux. Ce qui attire notre attention c'est aussi la date à laquelle cette pièce de théâtre a vu le jour, à savoir vingt ans après l'exportation de pétrole et quatre ans presque après l'indépendance du pays. C'est une décennie (1960) trop chargée au niveau local où le Koweït a connu des changements rapides en termes de progrès et de transition vers l'État nation, à une vitesse suscitant cette vision pessimiste – et peut-être aussi réaliste – de l'avenir.

1.3.1.2. « *Le Protecteur* » et « *l'heure est venue* »

Nous avons déjà mentionné le Dr. Alnifissi, qui était présent dans les coulisses des rédactions des pièces de théâtre phares comme *Le protecteur* (حامي الديار) en fin 1985, *L'heure est venue* en 1984 (دقت الساعة) et bien d'autres. Ces pièces de théâtres dénoncent le désordre politique et sociétal au Koweït. Émergent des thématiques contestataires du gouvernement, de l'Assemblée Nationale, des courants politiques et idéologiques (surtout l'Islam politique qui gagnait du terrain à l'université du Koweït face à la montée du socialisme) et bien sûr un fort conflit s'exprime autour du capitalisme. Rien n'a été épargné, même la consommation d'alcool et l'organisation autour de son trafic. Le rôle des médias tenu par la bourgeoisie (les journaux et magazines) et les journalistes

venus des pays arabes représentent leurs crises dans les journaux koweïtiens, devenues jusqu'à lors une scène où ces conflits continuent et n'en finissent pas. Dans un contexte politique chargé en ce qui concerne la géopolitique régionale et la guerre Iraq / Iran, l'influence de l'étranger sur le média local était une thématique parmi celles générant les plus vives critiques. Voici une démonstration sur la dérision politique tirée de pièce de théâtre *Le protecteur* الديار حامي: (voir figure 42-44)



Figure 42 : Un débat entre voisins : tous étudiants à l'Université du Koweït, où l'on voit l'homme salafiste avec une barbe relativement longue à côté de la femme, l'autre homme appartient aux chiïte et la femme représentant les socialistes.



Figure 37 : L'homme, à gauche, en costume avec des drapeaux est un ambassadeur venu influencer le propriétaire (bourgeois) d'un journal pour essayer d'embellir la politique de son pays dans la région.



Figure 38 : L'Assemblée Nationale où le ministre (en bleu) critique le rôle des médias qui mettent le gouvernement dans l'embarras envers des pays voisins, et les représentants de l'opposition de l'époque et quelques fragments de la société. Une double critique destinée au gouvernement et à l'Assemblée Nationale.

1.3.1.3. « Les chevaliers de la bourse »

Une autre pièce de théâtre en 1983, traite de l'économie et de la crise financière de la bourse koweïtienne de la fin des années 1970, qui a été, une fois de plus, une occasion de critiquer le gouvernement et l'Assemblée Nationale ; et montrer l'étendue dévastatrice de la crise au Golfe, et notamment au Bahreïn, où l'avidité des hommes d'affaires koweïtiens les poussent à profiter de la naïveté bahreïnienne et cette confiance qu'ils ont dans les projets koweïtiens. En voici une démonstration :



Figure 45 : Des hommes d'affaires koweïtiens demandant un partenariat avec une banque bahreïnienne pour un projet de banque maritime dans les eaux internationales au Golfe pour échapper aux règlements locaux.

1.3.1.4. « L'épée des arabes »

Un dernier exemple qui marque toute une autre époque, c'est une pièce de théâtre également koweïtienne, datant de 1992, appelée L'épée des arabes « سيف العرب » (d'après d'ailleurs un des surnoms que Saddam Hussein s'est attribué) (voir figure 46). Cette pièce de théâtre a par ailleurs failli coûter la vie au *protagoniste*. En effet un inconnu a tiré sur l'acteur qui conduisait sa voiture, et arrivait vers la salle du théâtre où il jouait ce soir-là. Mais il n'a pas réussi à le toucher. Le but était manifestement d'arrêter la diffusion de cette pièce de théâtre. Malgré cette menace, l'acteur n'a jamais voulu annuler le spectacle¹⁴⁴. Il s'agit d'une pièce de théâtre qui relate l'état d'âme des Koweïtiens sous l'occupation Irakienne, et qui met en scène le *Président* Irakien Saddam Hussein lors d'un interminable conseil de ministres dansant et chantant, prenant la guerre et les menaces américaines à la légère. Aussi, le protagoniste du premier acte s'adresse à une partie de la population koweïtienne qui accuse des Américains de provoquer cette occupation, pour tirer des

¹⁴⁴ <https://youtu.be/32RvqSIH6UU>. Voici le lien d'un entretiens avec l'acteur en question qui authentifie ces évènements.

profits à long terme face aux autres Koweïtiens qui les mettent sur un piédestal au rang de “héros libérateurs”.

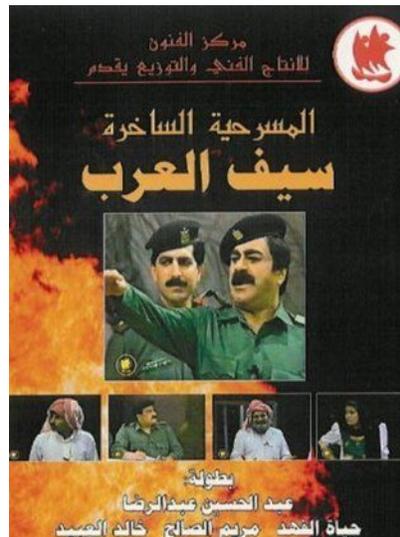


Figure 39 : Pièce de théâtre « L'épée des arabes » « سيف العرب »

On s'intéresse à cette époque car plus tard, le théâtre koweïtien va évoluer vers le style de la comédie, voire dans un style vulgaire presque vide de tout sens. La dérision politique pensée et architecturée autour des thématiques sensibles s'est longuement absentée depuis, pour ne pas dire qu'elle a désertée le théâtre, à tout jamais malheureusement, serions-nous tentée d'ajouter. Depuis les comédiens et les scénaristes sont occupés à divertir principalement pour des fins financières et pour remplir les salles et donc leurs poches.

Après avoir exposé quelques exemples, il est temps de réfléchir à ce que la dérision aide à mieux exprimer, et de ce que nous avons conclu, d'après les pièces de théâtre citées plus haut. Nous avons évoqué la classe sociale « bourgeoisie d'opposition » qui était en quête d'une identité et d'une mission au sein d'une société en pleine mutation. La dérision attirait les spectateurs et remplissait les guichets de vente, et était aussi une voie de prédilection pour la mise en question d'un héritage de coutumes qui se heurtaient à la modernisation de cette société. La dérision marque ce conflit entre les partisans de la modernisation et les conservateurs. En faisant cela, la dérision reflète l'état d'âme d'une société où cette transition n'a pas été facile, allons jusqu'à dire douloureuse, pour ceux qui voient la décadence dans la modernisation de la société et gardent une certaine nostalgie du passé. Une difficile équation a été révélée grâce à la dérision, elle marque d'un côté « le rejet

du contrôle sur la volonté personnelle (en harmonie avec les changements survenus grâce à la modernisation), et d'un autre côté un appel au maintien des traditions qui sont partie prenante de l'identité locale et nationaliste ». ¹⁴⁵ Une autre fonction que la dérision au théâtre a remplie, c'est la fonction cathartique de la dérision à travers l'usage des malentendus et des techniques d'inversion laissant apparaître un effet de poupée russe (qu'un aspect apparent peut très bien en cacher d'autres choses que l'on ne voit pas de prime abord). En remplissant cette fonction, la dérision sur les théâtres du Golfe est une invitation à maintenir, sinon à créer, un équilibre à travers cette protestation pacifique qui garantit une réforme sociale dénonçant tous les paradoxes, les dérives qu'une société peut avoir :

« Voilà pourquoi par sa fonction cathartique, on peut considérer que la dérision assure paradoxalement le bon équilibre d'un système social, toujours tiraillé par les demandes contradictoires des assujettis sociaux, toujours menacé par une dérive entropique destructrice [...] La dérision serait un artifice permettant provisoirement cette symbiose de l'inconscient et du conscient ; symbiose périodiquement nécessaire à l'homme pour ne pas tomber dans la névrose, alors même que la société impose en temps ordinaire à l'individu, privations et restrictions. »¹⁴⁶

Si le théâtre koweïtien employant la dérision d'une façon extraordinaire a connu un tel succès dans les télévisions et les tournées dans le Golfe, c'est pour une raison simple : les problèmes et les aspects qui y sont traités parlent aux spectateurs du Golfe, leur renvoyant un reflet de leur propre trajectoire, et leur donne goût à cette liberté d'expression que l'art koweïtien porte avec lui là où il va.

Jusque-là, nous avons traité la présence la plus évidente et la plus répandue dans le Golfe de la dérision, telle qu'elle se manifeste dans les médias traditionnels. Nous sommes amenée à constater que cette dérision, riche de son apport dans les périodes de transition et de tensions politiques, a presque déserté les médias traditionnels pour trouver refuge sur internet. Dans les parties à venir, nous allons étudier « la dérision politique connectée ». Nous allons exposer dans un premier temps

¹⁴⁵ غلوم د. ابراهيم عبدالله, p. 15.

¹⁴⁶ Mercier, 'Pouvoirs de la dérision, dérision des pouvoirs', p. 14.

la présence d'Al-Jazeera sur les RSN, pour ensuite traiter notre corpus, et enfin, dernièrement, l'analyser.

2. Vingt ans depuis l'émergence des RSN la dérision politique connectée : « culture lol » : fonctions et fonctionnement

L'apparition des réseaux socionumériques a coïncidé avec un état mondial d'un 'ras le bol politique', peu importe le régime politique en question. Ces plateformes ont pu proposer une participation politique alternative aux méthodes plus traditionnelles. Ces plateformes ont permis la floraison de la dérision politique ; adossée à l'accessibilité aux moyens techniques qui facilitent les procédés humoristiques, ainsi qu'à une créativité sans précédent sur cet espace ouvert à tous. Pour ces raisons, et bien d'autres, les logiques de cette dérision interpellent les chercheurs :

« La dérision politique d'aujourd'hui suit les mêmes logiques que le carnaval ou la caricature d'antan. Elle a pour volonté de renverser symboliquement et temporairement l'ordre politique, de retourner contre lui ses logiques de domination et donc de communication, en le rabaisant, le faisant déchoir de son piédestal »¹⁴⁷.

Avec une telle ambition de changement politique, les plateformes des RSN sont prises d'assaut par les internautes (parmi lesquels les professionnels des médias et la classe politique) et personne n'est laissé en dehors de ce champ. Ce fait pose une exigence forte de bien bâtir les stratégies d'usage de cette dérision, car dans le monde connecté (l'absence de repères physiques, de public présent, et le décalage entre l'expression et sa réception) les propos peuvent être partagés et touchent une plus large tranche d'internautes que ce qui est prévu au départ. Tous ces éléments réunis rendent cette dérision encore plus difficile à déployer avec succès :

« À l'ère des médias, il est crucial qu'un orateur soit conscient que le discours atteindra de nombreuses personnes au-delà de celles en présence physique de l'orateur et en ce sens que tous les publics sont

¹⁴⁷ Mercier *démoqueratie* p. 197.

mélangés. L'orateur doit choisir un humour adapté aux besoins de la situation et du public »¹⁴⁸

Le besoin de rompre avec l'esprit de sérieux est réveillé par les RSN. Le trait d'esprit qui fait sourire et mieux, qui fait rire, attire plus de *followers*, ce qui nous assure d'avoir une meilleure visibilité. Mais cela fait aussi mieux passer les messages politiques, de manière plus indirecte. Pour ces raisons, Internet est un environnement où la dérision politique s'est réinventée. Ce faisant, nous sommes en train de participer, consciemment ou inconsciemment, à ce qui est appelé la « culture LOL », un concept étudié et introduit par la sociologue Monique Dagnaud. Si au début cette « culture LOL » a été liée à la tranche d'âge du « *jeune public* » ; aujourd'hui, vingt ans après l'introduction de l'acronyme « LOL » pour signaler l'entrée dans une zone de non sérieux, personne n'est exclu de cet « *espace mental fondé sur le rire, les jeux de sens, le goût de l'absurde* ». Cette approche par le rire s'insère dans une vaste galaxie d'outils et de logiciels, allant des nouvelles formes d'images (mèmes, GIF, photomontages), des emojis, les applications de changement de voix, des caricatures des dessins animés jusqu'aux jeux de mots. Tout cela est au service de la ridiculisation de la classe politique des institutions médiatiques et des personnes : rien ni personne n'est épargné. La richesse des contenus mobilisant la dérision réside dans les lectures possibles. Monique Dagnaud le souligne :

« les contenus LOL entraînent plusieurs niveaux de lecture. Cette forme d'expression joyeuse et satirique peut galvaniser les ressentiments et enflammer le sentiment contestataire. Mais elle peut tout aussi bien faire l'objet d'une attention désinvolte et dénuée d'arrière-pensée politique, répondant alors simplement au besoin innocent de divertissement. »¹⁴⁹.

¹⁴⁸ Michael Andrew Phillips-Anderson, 'A theory of rhetorical humor in American political discourse', University of Maryland, 2007, p. 69. "In a media age it is crucial that a speaker is aware that the speech will reach many people beyond those in the speaker's physical presence and in this sense that all audiences are mixed. The speaker should choose humor that is adapted to the needs of the situation and audience"

¹⁴⁹ Monique Dagnaud, 'Chapitre 7 / Le lol (laughing out loud) sur le net un état d'esprit politique propre aux jeunes générations', in *La politique au fil de l'âge*, Académique (Paris: Presses de Sciences Po, 2011), pp. 181–95 (p. 270) <<https://doi.org/10.3917/scpo.muxel.2011.01.0181>>.

Ce domaine investi d'abord par des internautes a été vite remarqué par les médias, qui n'ont pas tardé à suivre, comme l'indique Fanny Delannoy :

« Les citoyens ayant adopté de nouvelles habitudes à la fois de consommation et de lecture, les médias n'ont eu d'autre choix que de se rapprocher d'eux. Ils ont donc investi les médias sociaux sur lesquels leurs lecteurs, et les autres, peuvent partager, commenter et laisser libre cours à leur imagination et leur liberté d'expression {...} même si les médias ont connu de grands changements d'ordre économiques, politiques ou sociaux, toutes les formes de dérision politique médiatique disposent désormais de leur double numérique. »¹⁵⁰.

En ce qui nous concerne, l'usage de la dérision politique connectée par les médias est un élément important. Cette profonde compréhension venant de la part des médias, d'un appétit grandissant pour la dérision politique connectée, soutient le fait que cette dérision a un grand potentiel et une influence sur le domaine de la politique. C'est pour cette raison qu'à l'approche des élections dans les pays comme la France ou les États-Unis, le recours à la dérision est fréquent. Le rapport de domination et de manque d'espace d'échange libre pour les sans voix est propice à cet usage. Mercier explicite ce point :

« Les médias traditionnels participent à ce jeu délibératif en tant qu'arènes médiatiques, ouvrant des espaces de mise en discussion des enjeux publics, tout en contribuant au cadrage (framing) des enjeux, à la définition du dicible et de l'indicible, et à une mise en visibilité ou non des controverses et des acteurs qui y concourent. Ces arènes permettent un échange étendu d'arguments, d'images, de symboles et de représentations qui peuvent avoir un impact direct sur les décisions gouvernementales ou la délibération législative {...} Dans ce climat (de complicité et domination

¹⁵⁰ Fanny Delannoy, « GIFs, Mêmes et Autres Détournements : Comment Les Internautes Tournent-Ils En Dérision Les Candidats à La Présidentielle 2017 Sur Les Réseaux Socionumériques ? », Mémoire de Master 1 Mention Médias, Information et Communication, Sous La Direction d'Arnaud Mercier (université Paris 2 Assas, 2017), p. 34.

politique et économique), de nombreux citoyens expriment leurs opinions contestataires et leur colère sur les réseaux sociaux, contre les forces politiques traditionnelles et les médias. Car entre l'opinion publique entendue comme la voix collective projetée d'une société, et les opinions personnelles, entendues comme les convictions intimes de chaque citoyen, les réseaux sociaux font émerger une figure intermédiaire, celle des opinions personnelles publiques, chacun pouvant donner de la publicité à ses convictions personnelles, chacun pouvant être tout à la fois membre du public et potentiel influenceur par la visibilité et la diffusion données à sa parole »¹⁵¹.

La « culture LOL » désigne alors tous les contenus diffusés sur la toile en rapport avec la dérision, car comme on l'a mentionné plus haut, il s'agit d'un état d'esprit, d'une façon de réfléchir et d'agir en utilisant internet comme une arène, et la dérision comme une arme afin de s'exprimer et de marquer son mécontentement. Cette culture faisant la pratique de la dérision devient un acte démocratique en soi, sans avoir besoin d'une véritable démocratie.

3. Un corpus qui réitère la distinction d'Al-Jazeera

Nous avons constitué notre corpus à partir des publications vidéo (*posts*) émises sous le hashtag «#Shéhérazade» diffusées par Al-Jazeera sur Instagram du 13 janvier 2018 jusqu'à 31 mai 2019. Vu ce que nous avons mentionné plus haut, l'usage de ce hashtag nous met sur une piste importante, car c'est un moyen de création d'un espace de discours dédié à cette crise diplomatique, mais aussi un outil de mobilisation et d'influence (Mercier, 2017). Le choix de ce Hashtag émane du fait que c'est une incarnation des postures humoristiques faisant partie de la culture dite « LoL », qui caractérise la plupart des échanges sur Internet (web 2.0) et surtout sur les RSN. Adopter une posture sarcastique s'avère peu ordinaire pour une chaîne d'information en

¹⁵¹ Pierre Leroux, 'Philippe J. Maarek, Arnaud Mercier, dirs, 2017, la Présidentielle chamboule-tout. La communication politique au prisme du « dédagisme ». Paris, Éd. L'Harmattan, coll. Communication et civilisation, 2018, 290 pages', *Questions de communication*, 34, 2018, 366–68 (p. 267).

continu. C'est une manœuvre qu'Al-Jazeera aurait mise en place pour tenter de créer des liens avec les usagers pour les influencer plus facilement. Nous allons essayer de voir de plus près comment Al-Jazeera utilise un hashtag qui se veut ludique au premier abord, pour faire passer une propagande adaptée aux RSN et aux internautes. D'ailleurs, c'est ce qui témoigne qu'Al-Jazeera bénéficie d'une grande ampleur en matière de liberté d'expression sur les RSN. Elle fait donc appel à la créativité de ses concepteurs pour respecter les règles du jeu en ce qui concerne la « culture *LOL* » (Anne-Marie Paillet, Florence Leca Mercier, 2018).

Notre attention s'est particulièrement posée sur le contenu diffusé par Al-Jazeera sous le hashtag "# Shéhérazade", soit l'héroïne de la saga des *Mille et une nuits*, et qui rassemble des vidéos conçues pour être diffusées initialement sur Instagram, mais certaines vidéos sous ce hashtag sont aussi présentes sur Facebook, Twitter et Snapchat. Elles sont liées à la crise diplomatique et mises en ligne par Al-Jazeera durant cette première et deuxième année de crise (juin 2017/ 2019). Nous avons pu récolter 63 *posts*, s'étalant plus exactement du 13 janvier 2018 au 31 mai 2019.

Il existe un aspect important à préciser : ce sont essentiellement des publications en langue arabe soutenue, utilisée dans les médias en continu dans le monde arabe, mais qui contient, malgré tout, des clins d'œil au dialecte de la cible visée. Cet usage de l'arabe et des dialectes, rentre bien évidemment dans la profonde compréhension de la part des concepteurs de ce hashtag, de leur public (internautes) et de la culture populaire arabe. Ce que nous allons voir plus tard dans la composition du public, dans la conception des stratégies rhétoriques de l'usage de la dérision.

Notre corpus sera divisé en deux types de données : le premier concernera les contenus publiés par Al-Jazeera sous ce hashtag (à savoir des vidéos) ; et le deuxième contiendra une étude métrique des commentaires que les internautes ont postés, toujours en lien avec ce hashtag. Cette étude vise à démontrer que ce hashtag a réussi à créer une certaine interactivité avec le public par le nombre de visionnages, de "*likes*", de commentaires ou de mentions. Certes, nous n'avons pas les moyens techniques de voir le nombre de partage hors plateforme, ni même les mentions à l'intérieur de cette même plateforme ; tout simplement car cela figure dans les commentaires. Il faut retenir que les contenus postés par Al-Jazeera sont aussi à classer car certaines vidéos sont en lien direct et explicite avec la crise, tandis que d'autres sont des contenus satellites où la stratégie adoptée se résume par : « *l'attaque est la meilleure défense* ». Les publications sont, comme nous avons pu l'observer, liées à des événements qui sont en place « *offline* » donc (des réunions, des sommets, des dates anniversaires, conférences de presse etc.). Ces publications sont soit une réaction à un

évènement d'actualité, soit une avant-première, une « *breaking news* » venant de la part des sources non-identifiées. Nous mentionnons cela pour pouvoir justifier notre choix de travailler sur un corpus qui s'étale sur deux ans, ce qui peut nous donner une vision plus claire du fonctionnement d'Al-Jazeera, sur Instagram en particulier.

Ce hashtag mobilise des normes journalistiques différentes d'une façon hybride et inhabituelle pour une chaîne d'information en continu. Ce faisant, Al-Jazeera rompt avec l'idée de prolongation et une communication traditionnelle de masse, elle se distingue et prend de l'avance par cette conception et ce savoir-faire.

Afin de mieux comprendre l'activité médiatique autour de cette crise sur la même plateforme ou d'autre plateforme de RSN, nous avons aussi collecté des données qui vont contre le Qatar et Al-Jazeera. Ce corpus est important car il nous permet de voir comment elle se positionne face à ses rivales. Il nous permet aussi de voir comment ses rivales ont conduit leur stratégie communicative, et en générale, de voir l'ampleur médiatique de cette crise.

3.1. Une intense veille multi-directionnelle

La veille que nous avons conduite s'est faite sur deux plans : le plan des informations (*news*), liées à cette crise et les événements qui sont susceptibles de déclencher une publication sous ce hashtag ; le deuxième plan correspond à une veille quotidienne sur la plateforme pour voir s'il y a eu des publications. C'est une habitude intégrée avec le temps que l'on passe sur les RSN, surtout sur Instagram, la veille quotidienne devenant automatique même si ça ne l'est pas. Nous n'avons pas négligé l'observation de l'activité médiatique d'Al-Jazeera sur Instagram, mais avec d'autres comptes à titre d'exemple (@Al-jazeeramubasher *cf figure 47*/ @Al-jazeeraenglish *cf figure 48* | @Al-Jazeera *cf figure 49*) et d'autres plateformes.

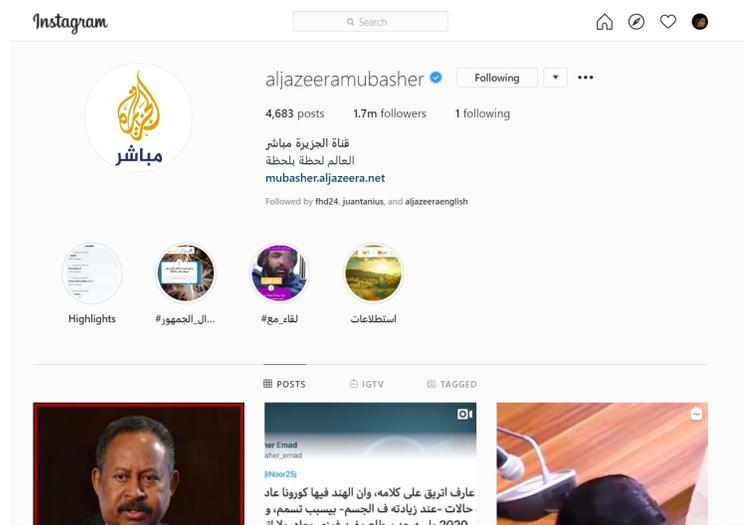


Figure 40 : Aperçu du compte Instagram Al-Jazeera, Mubasher 9-03-2020

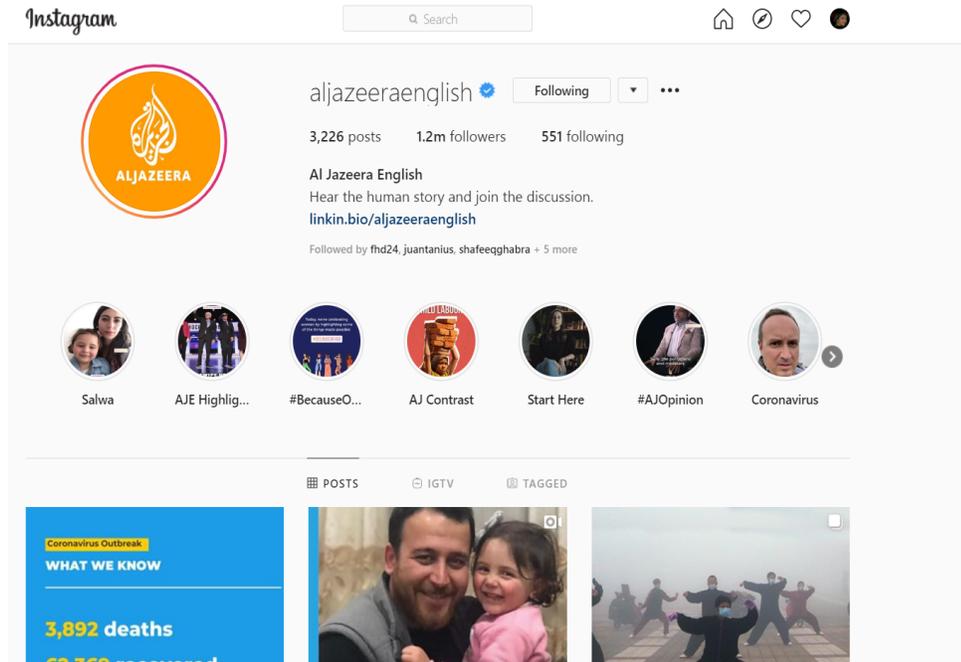


Figure 48 compte instagram d'Al-Jazeera english 3-09-2020

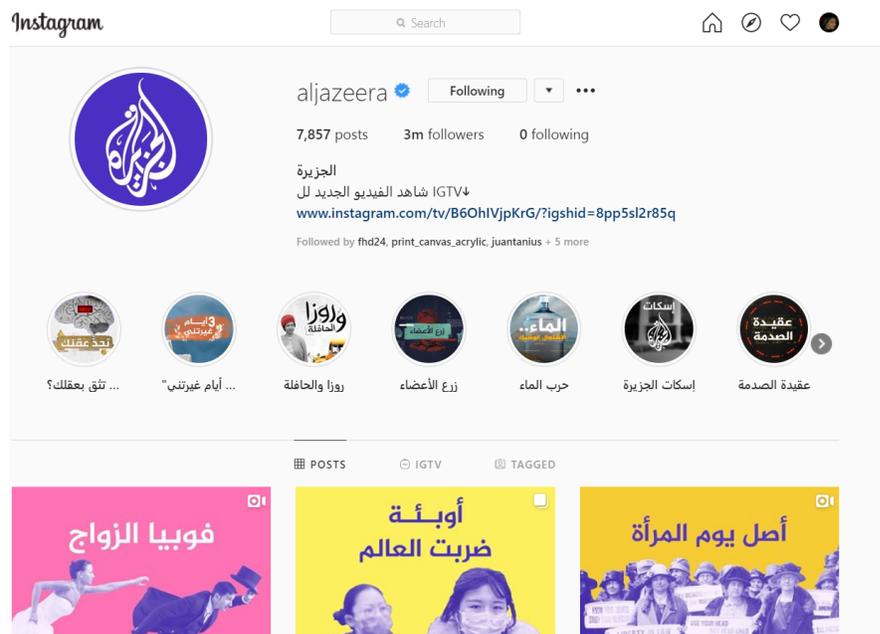


Figure 49 : Compte Instagram d'Al-Jazeera 9-03-2020

Il ne faut pas avoir une loupe à la main pour constater très vite la différence dans l'activité et la production de contenus ; elle varie et n'est pas la même d'un compte à l'autre (cette différence est

aussi bien quantitative que qualitative), et c'est la même chose pour ce qui est du nombre de *followers* pour chaque compte. Nous allons les présenter dans le tableau suivant :

Le compte	@Al-Jazeera	@Al-jazeeramubasher	@Al-jazeeraenglish
Nombre de followers	3 millions	1.7 million	1.2 million
Nombre de publications	7.857	4.683	3.226 16-04-2012
Nombre de comptes suivis (Following)	0	1	551
Promesse	Non disponible non mentionnée	العالم لحظة بلحظة « <i>Le monde à chaque instant</i> »	“Hear the human story and join the discussion”
Remplissage de la bio* (*espace sur la page d'accueil du compte)	Lien vers une vidéo publiée sur IGTV	Lien vers le site de la chaîne	Lien vers le site de la chaîne

Tableau 10 les différents comptes d'Al-Jazeera sur Instagram

On se rend compte assez rapidement que l'animation des comptes Instagram n'est pas homogénéisée, et que chaque compte a ses fidèles, qui peuvent aussi bien être présents sur les listes des autres chaînes simultanément. La façon dont on y communique diffère, tout comme le contenu diffusé. Il est rare pour une institution médiatique d'avoir plusieurs comptes sur une même plateforme, mais Al-Jazeera, on peut le dire avec certitude, assure une présence assez forte et bien établie sur les RSN et notamment sur Instagram.

Durant notre veille, nous nous sommes assurée de voir ce qui se passait sur d'autres comptes de médias arabes présents sur la même plateforme pour voir si la publication faite sur Al-Jazeera venait comme une réponse/une réaction à un autre media. Nous avons observé le compte de la chaîne londonienne *Sky News Arabia* (cf. figure 51) et *Al-Arabeya* (cf. figure 50). Il s'est avéré que

certaines posts étaient liés au fait que les sujets qui paraissaient triviaux, par rapport à certaines cibles, comme un personnage religieux saoudien Ayeeth Al-Qarany, faisait partie d'un 'combat médiatique entre *Al-Jazeera* et ses rivales. Une observation qui peut donner lieu à une étude ultérieure.

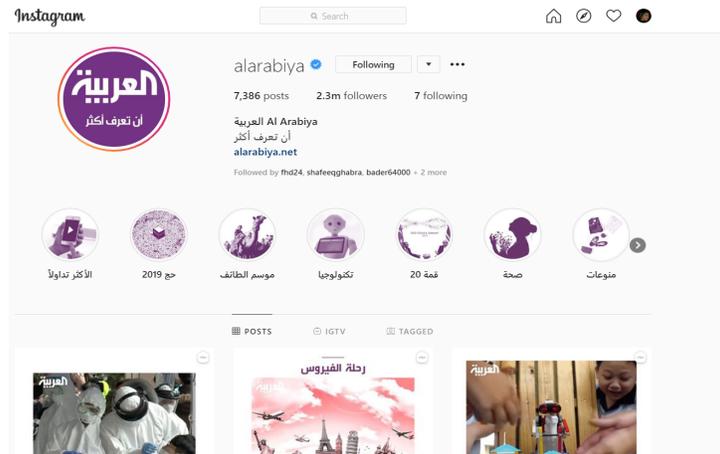


Figure 50 : @alarabiya, compte Instagram, page d'accueil 11-03-2020

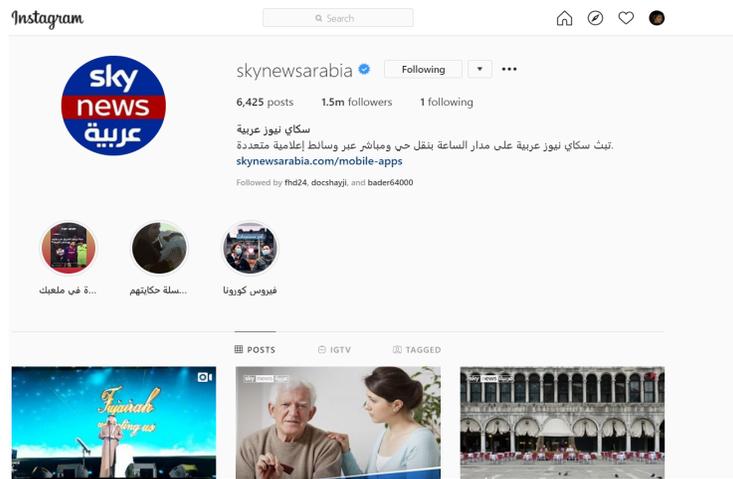


Figure 51 : @skynews, compte Instagram, page d'accueil 11-03-2020

Nous allons procéder de la même manière pour les données exploitables sur ces pages d'accueil, en les présentant sous forme de tableau (11), en comparaison avec le compte @Al-Jazeera :

Le compte	@Al-Jazeera	@skynews	@alarabiya
Nombre de <i>followers</i>	3 millions	1.5 million	2.3 millions
Nombre de publications	7.857	6.425	7.386
Nombre de comptes suivis (<i>following</i>)	0	1 (compte d'une émission hebdomadaire par la chaîne même)	7 (chaînes annexes en d'autres langues et émissions) cf. figure 17
Promesse	Non disponible non mentionnée	تبت سكاى نيوز عربية على مدار الساعة بنقل حي و مباشر عبر وسائل إعلامية متعددة « Skynews en arabe une diffusion en directe 24/24 à travers plusieurs plateformes »	أن تعرف أكثر « Pour que tu en saches plus »
Remplissage de la Bio* (*espace sur la page d'accueil du compte)	Lien vers une vidéo publiée sur IGTV	Lien vers l'application de la chaîne	Lien vers le site de la chaîne

Tableau 11 données exploitables des comptes Instagram des différents médias arabes.

Si on examine de près le tableau ainsi que les captures d'écrans, on constate un usage propre à chaque chaîne des fonctionnalités offertes par la plateforme. On voit aussi l'importance de leurs présences sur la plateforme, puisqu'elle leur offre des *followers* et une visibilité plus large sur la toile. Il faut tout de même considérer ces chiffres avec précaution car on n'est jamais à l'abri de faux comptes et de « *faux fans* » fabriqués par des automatismes liés à la tricherie d'augmentation du nombre de *followers*¹⁵². Ces médias présents sur les plateformes des RSN sont alors soumis aux contraintes économiques de l'e-réputation ; qui imposent une certaine performance (mesurée par

¹⁵² Thomas Beauvisage and Kevin Mellet, 'Travailleurs du like, faussaires de l'e-réputation', *Rezeaux*, n° 197-198.3 (2016), 69–108.

les chiffres correspondants aux *followers*, entre autres) ainsi qu'une certaine production de la part d'internautes (en matière de participation de *likes* et de commentaires), cela assure une visibilité traduite ensuite en capital réputationnel¹⁵³.

Il est intéressant de voir aussi l'usage de la fonctionnalité de *following* qui a été détournée de son but premier ; ici les chaînes l'utilisent pour augmenter l'audience ou créer un espace plus interactif autour de certaines émissions diffusées par ces mêmes chaînes, ou bien comme un renvoi vers des comptes de chaînes annexes par exemple la liste des *following* d'Alarabiya (voir figure 52). L'usage de l'espace biographique (où les hyper-liens peuvent être activés sur la page d'accueil sous le profil) est utilisé d'une manière singulière. Pour cette raison, on y trouve souvent un lien. Il est donc intéressant de voir la différence dans le choix du lien si cela renvoie hors plateforme (site/application) ou dans la plateforme même, vers un autre lieu de consommation où l'on a besoin d'attirer l'attention des visiteurs de la page en question. Dans le cas où le lien renvoie directement dans la plateforme, on peut considérer que cela revient à prolonger le temps que l'internaute passe sur cette page. Cela va augmenter le trafic et assurer aussi une bonne visibilité des contenus grâce au nombre de vues ou de *likes*, et pourquoi pas augmenter la possibilité de partage des contenus en question. La présence et l'absence de la promesse nous laisse un peu perplexe mais dans le cas de *Skynews*, elle est longue et mal formulée un peu ambiguë même en arabe. La promesse d'*Alrabiya* est bien construite : l'engagement pris par cette chaîne est de vouloir informer, mais cette promesse de « *savoir davantage* » sous-entendrait que l'on ne soit pas assez ou bien informé, ou que l'internaute a un manque à combler en matière d'information.

¹⁵³ Beauvisage and Mellet.

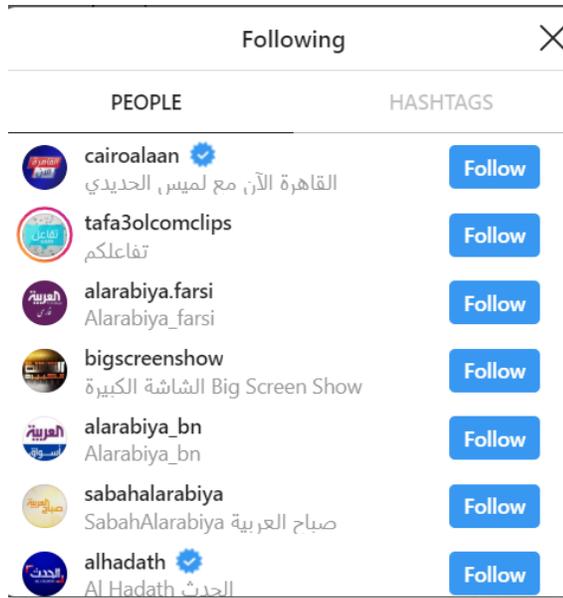


Figure 52 les comptes qu'@Alarabiya suit 11-03-2020

3.2. Recueil de différentes données en provenance de plateformes diverses

La collecte des données n'a pas été une tâche facile. La collecte des données est étroitement liée au processus de veille. Nous avons testé nos outils à raison de deux fois par mois.

Les outils d'extraction de données informatiques à notre disposition (qui vont être abordés en dessous) nous donnent trois possibilités : une lecture depuis les interfaces de programmation applicative (API) de la plateforme, un accès à ces données et le téléchargement des contenus. Voici les outils que nous avons testés pour le téléchargement de contenus diffusés sur Instagram :

Ce premier logiciel (*cf. figure 53*) permet d'extraire les données vers un fichier Excel. Il est conçu à l'origine pour réaliser des études de marketing, mais il nous a permis d'avancer lorsque nous étions au stade de projet à la fin du mois de décembre 2018 ; et l'on s'est vite rendu compte que ce logiciel ne fonctionnait plus, la plateforme étant devenue inaccessible. Nous avons alors contacté le concepteur de ce logiciel qui a proposé un autre outil accessible et fonctionnel, tout en nous mettant en garde sur le fait que ce sont les plateformes qui empêchent le bon fonctionnement de ces outils. Pour les raisons suivantes : d'un côté de peur d'avoir un trafic de données qui alourdirait leurs serveurs, et qui saturerait la plateforme et donc, la rendrait inutilisable; et de l'autre côté, si ces mêmes données convoitées par des internautes, des entreprises et des institutions

venaient à être disponibles ailleurs, le trafic sur la plateforme diminuera et ils vont perdre leur raison d’être. Tout cela pour éviter une surcharge sur les « serveurs » et pour ne pas perdre de trafic nécessaire à leur fonctionnement, et également pour une raison encore plus importante qui est la sauvegarde des données personnelles des usagers, afin d’éviter l’exploitation illégale de celles-ci.

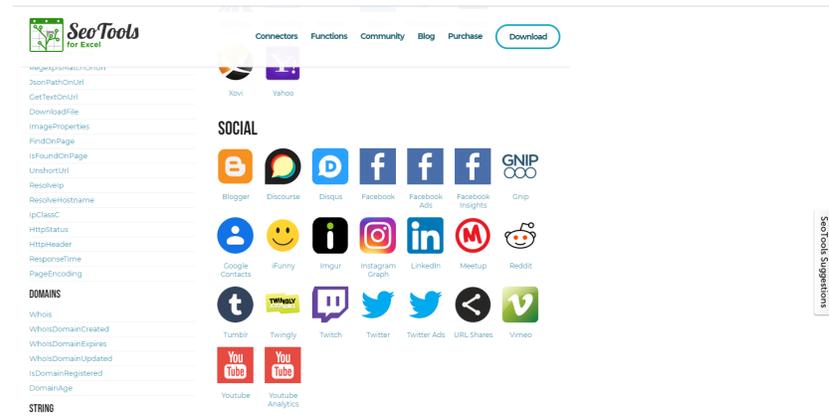


Figure 53 : Outil d'extraction de données - Seotools for Excel- 4-03-2020

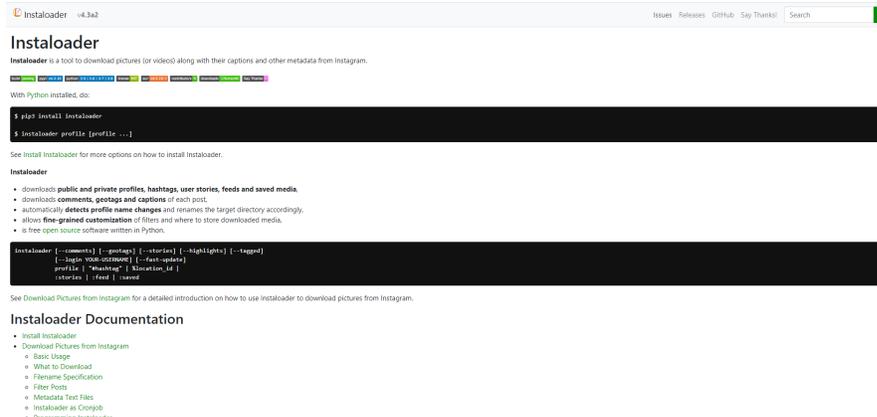
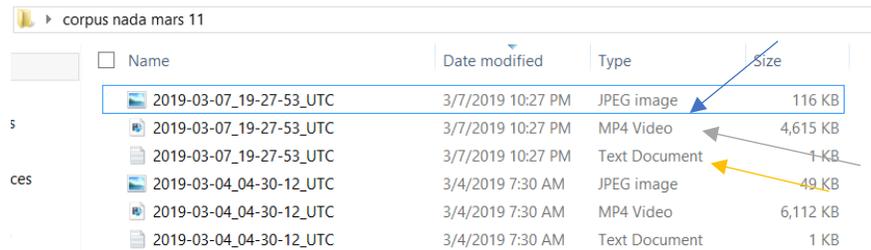


Figure 54 : Instaloder - outil d'extraction de données

Comme le montre la capture d’écran ci-dessus (voir figure 54), l’usage de ce logiciel requière une connaissance de “python” qui est un langage de programmation très technique. L’usage de celle - ci a donc été long à assimiler et à mettre en place (mais cela a été possible et facilité par l’aide d’un ami informaticien). Ce logiciel génère une équation qui fait la recherche des posts par hashtag, ce qui nous a facilité la tâche. L’avantage est qu’il télécharge ou “aspire”, absorbe, les posts sous

trois types de fichiers, comme cela est indiqué par des flèches sur la *figure 55* ci-dessous, par date, on voit un *post* qui contient donc un fichier format (image), un fichier format (vidéo) et un fichier format (texte).



Name	Date modified	Type	Size
2019-03-07_19-27-53.UTC	3/7/2019 10:27 PM	JPEG image	116 KB
2019-03-07_19-27-53.UTC	3/7/2019 10:27 PM	MP4 Video	4,615 KB
2019-03-07_19-27-53.UTC	3/7/2019 10:27 PM	Text Document	1 KB
2019-03-04_04-30-12.UTC	3/4/2019 7:30 AM	JPEG image	49 KB
2019-03-04_04-30-12.UTC	3/4/2019 7:30 AM	MP4 Video	6,112 KB
2019-03-04_04-30-12.UTC	3/4/2019 7:30 AM	Text Document	1 KB

Figure 55 : Types de fichiers obtenus à l'aide d'Instaloader

Vers la fin de la collecte, les deux dernières publications ont de nouveau été bloquées par la plateforme et j'ai alors décidé d'utiliser un autre logiciel (Instagram 3.0.1, cf. *figure 56*) pour télécharger d'une manière individuelle les publications en question. Avec ce logiciel, malheureusement, on n'obtient que le post vidéo, le reste est à reconstituer par capture d'écran.

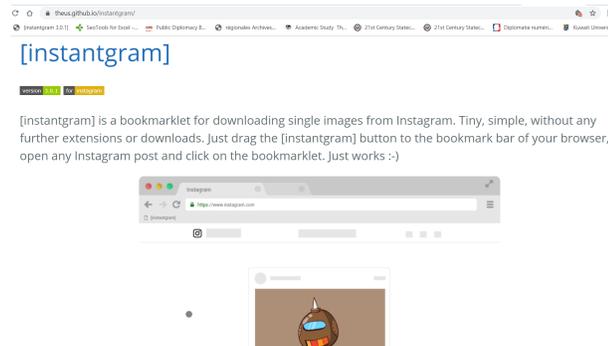


Figure 56 Instantgram 3.0.1

Pour compléter nos deux corpus, nous avons créé trois listes de vidéos sur *YouTube* qui correspondent aux catégories suivantes : crise du Golfe, "anti Qatar", "pro Qatar".

3.3. Un hashtag polysémique : de quelle Shéhérazade s'agit-il ?

L'usage du *hashtag* ou *mot-clic* en français est assez répandu sur Internet, surtout avec les RSN. Avant de traiter le choix du titre de notre *hashtag*, on se posera d'abord la question sur l'utilité et la fonction de ces mots-clic. Nous allons commencer par une définition des *hashtags* par A. Mercier : « *Le hashtag correspond en informatique à ce qu'on nomme un « processus relationnel attributif», qui met en relation des messages possédant une même caractéristique, ici un même mot auquel est accolé le symbole dièse qui sert de balise et en fait un mot cliquable, d'où la traduction québécoise par « mot-clic ».* »¹⁵⁴. À partir de notre expérience comme internaute, on peut facilement dire que ces *hashtags* servent à indexer les publications, même à les relier et parfois à leur donner une meilleure visibilité. Nous avons aussi constaté des *hashtags* qui sont des marques de positions politiques ou des revendications pour libérer des prisonniers politiques. Dans ce cas-là ils deviennent un moyen de pression politique ; un hashtag qui passe en *trend* est sous les yeux des autorités qu'on le veuille ou non, on ne peut donc pas y être indifférent. Il est nécessaire alors de voir les récents travaux académiques qui mettent en avant une étude dédiée à ces usages, qui explore des fonctions sociales et politiques. La typologie proposée par Mercier (2018) expose une palette de fonctions remplies par le *hashtag*, dont on retient une catégorie qui nous aidera pour l'étude de notre corpus : « le hashtag **ludique**, qui utilise le dispositif sociotechnique du dièse pour mettre en surbrillance une partie de son propos sur un mode plaisant ou distancié, en aspirant à faire rire ou sourire. »¹⁵⁵.

Notons qu'il est assez intrigant d'avoir donné ce nom à ce hashtag. On aurait pu croire de prime abord à une évocation plaisante du personnage du conte des *Mille et Une Nuits*, et non pas au hashtag visant à couvrir l'actualité, et encore moins dans le domaine politique. Dans les *Mille et Une Nuits*, «*Shéhérazade*» est l'héroïne du récit, et elle a inspiré une multitude d'adaptations artistiques, le conte étant traduit dans diverses langues et de nombreux pays, et a contribué à donner

¹⁵⁴ Arnaud Mercier, "Hashtags : Tactiques de Partages et de Commentaires d'informations", in *#info : Commenter et Partager l'actualité Sur Twitter et Facebook*, ed. by Nathalie Pignard-Cheynel, Paris: Éditions de la Maison des sciences de l'homme, 2018, p. 66.

¹⁵⁵ Leroux, p. 98.

une certaine image de l'Orient loin de ses frontières physiques¹⁵⁶. Ce surnom retentit dans les esprits et réveille le désir de savoir écouter et de vouloir apprendre. Cette héroïne inspire confiance car elle se sacrifie, selon le récit, chaque nuit face au roi tyrannique qui a été trahi par son ex-femme. “≠Shéhérazade”, dans les récits des *Mille et Une Nuits*, est le personnage phare autour duquel se structure le texte, et qui est sauveuse de ses semblables. Ses récits, chaque nuit, empêcheront le roi d'exécuter ses concitoyennes, et de ce fait, d'aller plus loin dans son abus de pouvoir. Elle a ce pouvoir de raconter comme les superhéros dans les adaptations cinématographiques qui sont dotés d'un pouvoir surnaturel. “≠Shéhérazade” est donc sur le mode défensif, elle tente chaque nuit d'élever le débat, de raisonner ce roi, munie d'un seul stratagème : raconter. Le fait que, si elle ne raconte pas, elle meurt, est intéressant pour comprendre le choix de ce hashtag. Nous savons qu'une des treize revendications des pays du quartet est la cessation d'activité d'*Al-Jazeera* pour faire disparaître cette voix qui les gêne tellement. La coïncidence linguistique en langue arabe est aussi remarquable « Al-Jazeera = île » est un nom féminin en arabe, tout comme le prénom de la fille du grand vizir : “≠Shéhérazade”.

Cette adaptation connectée des *Mille et Une Nuits* à travers ce hashtag est une première à notre connaissance. Ce hashtag porte ce nom et pas un autre car son but est d'informer, d'arrêter cet abus de pouvoir exercé, mais d'une manière lucrative singulière. L'abus de pouvoir dans l'arène médiatique au Golfe de diffuser le récit accordé par les régimes, de ne pas les contredire ou les défier. Ce hashtag ludique séduit les internautes pour qu'ils rentrent dans ce jeu de rôle, pour qu'ils reviennent sur d'autres publications et pour voir comment les histoires que raconte “≠Shéhérazade” vont bien se terminer. La ressemblance sur la forme et le fond est frappante, et *Al-Jazeera* investit dans la mise en scène des vidéos où l'on voit un dessin animé qui représente “≠Shéhérazade” et est doublé d'une voix féminine narrative. Al-Jazeera, en faisant cela, tente de lutter contre sa peur de disparaître et de se sacrifier pour une liberté d'expression qu'elle revendique. Cette superposition se justifie par le fait que le pouvoir d'*Al-Jazeera* émane du pouvoir et de l'obligation qu'elle a de raconter, de proposer des histoires au sujet de l'actualité. Son devoir d'informer et aussi de séduire est commun avec la pauvre “≠Shéhérazade” condamnée à déployer

¹⁵⁶ Cette partie a été inspirée par Margaret Sironval, "L'image de Shéhérazade dans les éditions anglaises des Mille et Une Nuits au XIXe Siècle", in *Rêver d'Orient, Connaître l'Orient : Visions de l'Orient Dans l'art et La Littérature Britanniques*, ed. by Isabelle Gadoin and Marie-Élise Palmier-Chatelain, Lyon, ENS Éditions, 2014, pp. 57–76.

des trésors d'imagination pour capter l'attention du souverain (mais donc aussi de nous lecteurs) et éviter un bain de sang si le roi se laisse aller à ses pulsions de vengeance.

On en vient donc à cette conclusion que le surnom de ce hashtag n'est pas le fruit du hasard. C'est un choix stratégique qui vise à séduire et à fidéliser des internautes, et à éveiller l'intérêt à la politique dans une zone géographique chargée d'évènements dont la cadence ne fait qu'augmenter, et de ce fait, l'attention est vite détournée. Le hashtag utilise une figure populaire, connue de tout le monde arabe mais aussi dans le reste du monde, et qui est honorée d'un profil de résistante courageuse qui sait faire face à l'adversité et à l'arbitraire du pouvoir politique avec courage et constance. Al-Jazeera semble ainsi s'autocélébrer, en se donnant le beau rôle, en offrant une identification populaire et flatteuse : art de la story, posture courageuse, et aptitude à duper le pouvoir en détournant son attention par des histoires.

4. La rhétorique au service de la dérision politique connectée

Les crises politiques (ou autres) sont des moments opportuns pour étudier la communication, et c'est souvent ce qui l'impacte le plus. Le recours à la dérision durant ces crises suscite aussi une attention particulière, nous le vivons avec la crise sanitaire du coronavirus (COVID-19). Nous avons remarqué un usage excessif de la dérision dans la même zone géographique du Golfe persique, surtout en Iran, avec par exemple des vidéos virales d'infirmiers dansants dans les couloirs des hôpitaux (devenus les couloirs de la mort) qui nous ont choquée. Cela exprimerait l'impuissance des peuples face à ce qui leur arrive ; la même impuissance face à la prise de décision dans des régimes autoritaires ou non-démocratiques. Un éclairage de ce type d'usage de la dérision (qui sert au fond à renverser les rapports de domination), nous est apporté par Mercier :

« En outre, la violence et la frustration subies par ce manque de reconnaissance et **l'incapacité de faire entendre sa voix** ou, pire encore, **d'agir**, peuvent disparaître lorsque le rapport de force imposé s'inverse. **Certains internautes, qui éprouvent leur invisibilité comme imposée, donc injuste et violente, utilisent les plateformes numériques pour tenter de retourner ce**

processus. Parmi ceux qui sont déçus par la politique proposée – et plus encore les socialement déclassés, **les idéologiquement marginalisés et ceux invisibles dans les médias** – beaucoup trouvent cette solution pour s'affirmer, retrouver leur dignité et lutter contre le « système » et se réjouir de voir les « dominants » déchoir. »¹⁵⁷

La dérision est alors devenue un exutoire pour la colère, ou pour tout autre sentiment résultant de l'oppression. Une crise comme celle-ci est le moment le plus opportun qui nous permet d'étudier de plus près ce phénomène. Revenons à notre crise politique de 2017 au Golfe qui a poussée *Al-Jazeera* à faire usage de la dérision sous ce hashtag. Nous allons faire appel à la rhétorique pour pouvoir mener à bien notre analyse. Mais avant de présenter nos sources, nous allons nous arrêter une dernière fois sur le lien entre la rhétorique et la crise : « penser le cadre rhétorique dans sa fonction anthropologique et linguistique comme l'effort de l'humanité pour s'approprier une partie de ce qui lui échappait jusque-là permet de jeter un éclairage sur cette double face de la crise : angoissante, parce que signe d'un changement, elle devient action et délibération en rhétorique, et partant, espace de liberté »¹⁵⁸.

Comme nous l'avons signalé précédemment, nous aurons recours, entre autres, à la thèse de Phillips-Anderson basée sur l'étude de la rhétorique de l'humour, dans laquelle il tente d'établir les stratégies de l'usage de la dérision dans les discours politiques. Transposer ces stratégies sur l'analyse que nous allons mener nous semble assez pertinent et pratique, car il n'ignore aucun aspect. C'est donc une approche compréhensive qui se focalise sur le choix du sujet, le choix de la cible ou l'objectif (surtout quand il s'agit de l'usage de la dérision dans un mode offensif). Le troisième et dernier point qui caractérise cette approche est la composition du public. Ce dernier point demande une adaptation à notre cas, car, dans l'étude, il parle d'audience, et pour nous il s'agit des internautes. C'est pourtant valable quand il s'agit de prévoir une compréhension mutuelle de la mise en dérision de telle ou telle cible, et de prévoir à l'avance que dans les sujets à tendance politique, il y aura les pour et les contre ; alors quand ces frontières sont brouillées, il

¹⁵⁷ A. Mercier, « Campagne électorale, dérision politique et réseaux sociaux... », *op. cit.*, p. 218.

¹⁵⁸ Emmanuelle Danblon, 'Crises rhétoriques, crises démocratiques', *Questions de communication*, 12, 2007, p. 9.

faut s'assurer du bon fonctionnement de l'usage de la dérision, selon la sensibilité du public, pour faire passer un message.

« Les liens entre la tradition classique et la rhétorique moderne sont cependant complexes et pas encore complètement examinés. En terminant, j'aimerais poser quelques questions qui pourront servir de base à la discussion. Plusieurs comparaisons peuvent certainement être faites entre les utilisations anciennes et modernes de l'humour dans des contextes hautement contradictoires et de nombreuses similitudes peuvent être tracées. Mais quelle est la nature exacte de cette relation ? Notre réponse et notre utilisation de l'humour rhétorique sont-elles innées ? Ou existe-t-il des voies complexes par lesquelles les anciennes théories de la rhétorique ont façonné nos sensibilités au fil des générations, de sorte que nous sommes maintenant conditionnés à être réceptifs à ces approches ? »¹⁵⁹.

Dans les parties à venir, nous allons pouvoir examiner et définir ces stratégies rhétoriques pour ensuite les appliquer à notre corpus. Cela va faire le pont entre le cadre théorique et la pratique.

4.1. Trois stratégies rhétoriques de l'usage de la dérision

L'étude précitée indique trois stratégies catégorisées par leurs fonctions. Ces stratégies, comme nous allons le découvrir, mobilisent les trois piliers de la rhétorique d'Aristote : à savoir *l'ethos*, le *pathos* et le *logos*. D'ailleurs, l'auteur de cette étude le confirme :

“Three broad functional categories: dispositional, topical, and personal, allow for a grouping of the strategies into a system reflective of the traditional means of artistic proof: pathos, logos, and ethos.”¹⁶⁰ Ces stratégies au nombre de trois sont les suivantes : les stratégies « *topiques* ¹⁶¹ » qui

¹⁵⁹ Andreas Serafim, 'No Laughing Matter: Rhetorical Humour in Ancient and Contemporary Public Speaking.' (presented at the Classical Association Annual Conference 2015, University of Bristol, 2015), pp. 1–8 (p. 7)
<https://www.academia.edu/10616074/No_Laughing_Matter_Rhetorical_Humour_in_Ancient_and_Contemporary_Public_Speaking> [accessed 22 May 2020].

¹⁶⁰ Phillips-Anderson, *op. cit.*, p. 71.

¹⁶¹ « Partie de l'énoncé qui est ce dont on dit quelque chose, ce qui est donné comme thème, par opposition au commentaire ». Dictionnaire Le Larousse.

sont centrées sur les thématiques, et où le sujet de cette stratégie s'inscrit sous le pilier *logos*. Les stratégies « *dispositionnelles* » qui visent à influencer les sentiments de l'audience (public/internautes) par rapport à l'émetteur ou à une situation donnée ; sans aucun doute, c'est le pilier *pathos* en question. La troisième catégorie de stratégies sont les stratégies « *personnelles* » où l'émetteur donne/maintient une image de soi ou de son adversaire avec son public, qui nous mène vers le pilier *ethos* :

« Bien que ces catégories soient distinctes, un orateur peut accomplir plusieurs fonctions stratégiques avec une seule instance d'humour rhétorique. Les stratégies de disposition sont utilisées pour influencer les sentiments du public à propos de l'orateur et de la situation. L'humour rhétorique qui cherche à utiliser le sujet de l'humour pour atteindre des objectifs stratégiques est la deuxième catégorie. Dans ces cas, l'humour rhétorique est utilisé pour argumenter ou éloigner l'orateur du problème en question. L'humour rhétorique peut être utilisé de manière topique pour faire la lumière sur un argument, pour introduire un sujet ou pour détourner l'attention du public d'un problème particulier. La troisième catégorie comprend les stratégies personnelles par lesquelles les locuteurs entretiennent ou créent une image d'eux-mêmes ou de leurs adversaires auprès du public. »¹⁶².

Cette citation fournit l'exacte définition de chacune des stratégies, d'où son importance. L'auteur affirme également que l'usage des trois stratégies confondues peut se combiner dans une seule situation de mise en dérision, chose que nous avons plus souvent croisée dans notre corpus. Dès à présent, nous allons tâcher d'analyser notre corpus selon la stratégie utilisée par *Al-Jazeera*. Nous allons fournir des exemples qui illustrent l'usage de ces stratégies, Chacune à part, et trouver un exemple qui les mobilise toutes. Toutefois, une critique peut se faire concernant la ressemblance entre la deuxième et la troisième stratégie (dispositionnelle et topique).

¹⁶² Phillips-Anderson, *op. cit.*, p. 192.

4.1.1. Mise en application de la stratégie topique :

“L'humour rhétorique peut [également] être utilisé de manière topique pour faire la lumière sur un argument, pour introduire un sujet ou pour détourner l'attention du public d'un problème particulier. Lorsqu'un orateur rencontre un sujet difficile à aborder, l'humour rhétorique peut aider à introduire le problème et ainsi ouvrir la voie à l'orateur et au public pour explorer davantage le sujet. L'humour rhétorique de ce type peut être utilisé pour détourner l'attention du public d'une question qui serait négative pour l'objectif stratégique des discours de l'orateur. L'humour rhétorique peut également être utilisé pour faire la lumière sur un argument opposé, sans aborder les détails de l'argument”.¹⁶³

Pour mettre en lumière cette stratégie, nous avons choisi la vidéo numéro 21 sur les données métriques publiée 23 mai 2018, intitulée « *Le blocus contre le voisin* » voici un aperçu (voir figure 57):

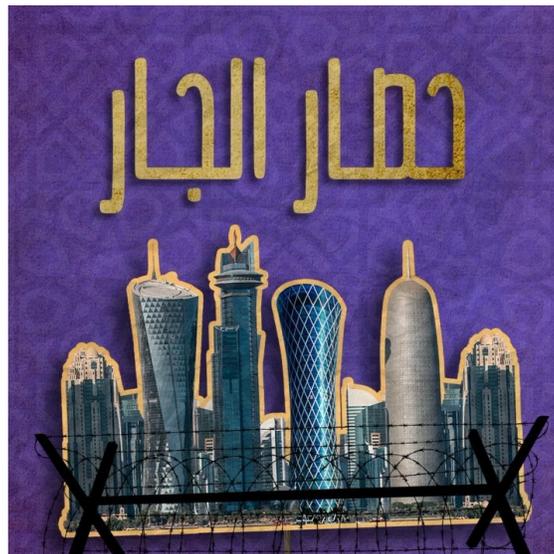


Figure 41 : La vidéo publiée le 23-05-2018 intitulée « *Le blocus contre le voisin* »

¹⁶³ Phillips-Anderson, *op. cit.*, p. 74.

Le focus a été mis sur le premier anniversaire de la crise du Golfe de 2017. En choisissant ce sujet, *Al-Jazeera* atteint plusieurs cibles liées à l’embargo imposé sur le Qatar. On y voit la séquence des événements historiques qui est racontée par la narratrice. On voit au début du post le *skyline* du Qatar sur lequel figure un grillage (cf. *figure 57*). L’usage des icônes est parlant pour la suite. On a l’impression de comprendre même en coupant le son. De là, on arrive au rôle du président américain au début de cette crise, qui a fait usage de Twitter pour affirmer son soutien au quartet et, il est représenté d’une manière grotesque, avec une tête plus grosse que le corps (*voir figure 58*). Ce procédé humoristique reposant sur l’aptitude à détourner l’image d’une personnalité politique, en la recontextualisant ailleurs ou autrement, est une pratique, assez répandue sur internet. Dans ce contexte d’énonciation (qui est cette publication, ce *post*) cette image est déployée pour dénoncer l’usage excessif que Donald Trump fait de *Twitter* ; mais aussi pour dénoncer la qualité de ces *tweets* qui sont des critiques virulentes envers ses opposants, voire des insultes, ce qui est amplifié par cette posture qui le montre en train d’injurier :



Figure 42 : Donald Trump qui fait usage de Twitter au début de la crise

Le changement de position politique de Trump est aussi marqué par l’usage de tout autre image appuyant la narratrice qui dit que « ce n’est pas grave que c’est le moment de tourner la page sur ce malentendu » (*voir figure 59*). Cette référence montre que les positions du président américain ne sont pas suffisamment étudiées, qu’il y a un manque de vision politique et de tact avant tout :



Figure 59 : Trump change finalement d'avis sur la crise

La question qui se pose est la suivante : comment a-t-on pu classer ce post sous cette stratégie topique ? Il est vraiment difficile de faire la séparation entre ce que la narratrice dit et les images qui accompagnent le récit. L'attention de l'internaute est toutefois dirigée vers le sujet principal qui est cette crise, qui débute au début de la vidéo et qui laisse une question ouverte quant à la fin de cette crise à la fin de vidéo. La durée de ce *post* est de 53 secondes. La majorité du temps et de l'espace sur l'écran, ainsi que le récit, est articulé autour de la crise, non pas à l'image du personnage qui figure sur cette vidéo. Si on revient sur les trois piliers de la rhétorique, *Al-Jazeera* n'a pas manqué l'occasion de tous les mobiliser durant ces 53 secondes, alors que le mois saint du Ramadan n'a pas été respecté. C'est donc jouer la carte de la religion et de l'éthique pour signaler que ce n'est pas politiquement correct d'entrer en conflit durant cette période ; cela implique que cette publication s'adresse aux "fidèles" et attire la sympathie des Musulmans qui eux, comprendraient que durant ce mois tout conflit est à éviter. Dans le récit, une sorte de détachement du Qatar est remarqué, tout au début. *Al-Jazeera* dans ce *post* choisit soigneusement de s'éloigner du Qatar. On mentionne le pays en tant que : « le pays frère, le Qatar », qui a passé 360 jours sous un embargo : ce choix discursif omet volontairement les faits géographiques qu'*Al-Jazeera* siège au Qatar. Cet éloignement marqué par cette tournure accompli deux buts. Le premier est de crédibiliser *Al-Jazeera* d'un côté, en la montrant comme étant neutre ; parallèlement, dans un deuxième but, d'accuser les pays du quartet de ne pas avoir respecté les relations entre pays arabes qui sont désignées comme des relations fraternelles, ni la religion qui interdit toute attaque durant les mois saints. Selon la définition de cette stratégie, elle est utilisée pour introduire des arguments et/ou pour éloigner l'attention du public d'un aspect donné. Des arguments avancés dans ce *post* pivotent autour de l'innocence du Qatar et l'injustice qu'il aurait subie durant un an, et l'élément

qu'*Al-Jazeera* souhaite écarter, désavouer, est alors le bien fondé des accusations faites à son égard. En appliquant le fonctionnement de cette stratégie topique sur ce post on déduit que c'est bien de cette stratégie qu'il s'agit, que le *post* a été construit (image, icones, son et récit) autour de cette stratégie.

4.1.2. Mise en application de la stratégie dispositionnelle

Cette stratégie a pour but de créer un lien entre l'émetteur (l'utilisateur de l'humour) et le récepteur. Ce lien basé sur des points partagés ou des valeurs partagées aide le récepteur à capter l'emploi de l'humour (une 'blague' par exemple), et à être totalement immergé dans un contexte donné et prêt à réagir conformément. Il s'agit d'un cadre établi par l'émetteur pour que la mise en dérision prenne effet, comme un type de contrat établi entre les deux parties qui consiste à s'allier contre la cible de l'humour. La citation suivante explicite cela :

Les stratégies dispositionnelles visent également à « créer une identification des valeurs et des croyances entre le locuteur et le public. En "faisant une blague", le public se rend compte qu'il partage des hypothèses et des attitudes avec le locuteur. Le public, tout en éloignant son adversaire du groupe ».

Pour cette stratégie, nous aurons comme illustrations les publications qui traitent de l'Égypte (pays qui s'est aligné avec trois autres pays du Golfe contre le Qatar). Le rôle de l'Égypte a été d'une grande ampleur dans cette crise, en mettant les Frères musulmans sur la liste noire des organisations terroristes, et en accusant le Qatar d'être le foyer des figures exilées de ce mouvement. Cette introduction de mise en contexte doit aussi tenir compte du fait que le peuple égyptien est connoté ou stéréotypé comme un peuple "blagueur" dont le dialecte est largement répandu dans le monde arabe. Nous allons donc combiner sept publications (sur la liste des données métriques (1-7-32-36-46)¹⁶⁴ s'inscrivant sous cette stratégie (voir figure 60).

¹⁶⁴ On a regroupé les sept *posts* ici, avec le numéro du poste plus de détails sont fournies dans la liste des données métriques.



Figure 60 les sept posts concernés par la stratégie dispositionnelle, autour de l'Égypte

Les thématiques de ces *posts* sont à chaque fois différentes. Les points communs entre ces sept *posts* sont que ceux-ci traitent de l'Égypte avec une critique virulente, surtout vis-à-vis du régime en place et avec à sa tête Abdel Fattah al-Sissi. Cela peut très bien aussi être classifié en stratégies personnelles, comme l'auteur de ces stratégies de la rhétorique de l'humour le souligne, les stratégies peuvent être combinées. Néanmoins, nous avons remarqué la difficulté de séparer ces deux dernières stratégies car les définitions sont un peu vagues. Après avoir réfléchi assez longuement, nous en venons aux conclusions que ces *posts*, par les procédés humoristiques et les signes linguistiques, ainsi que la tonalité et les signes iconographiques, conviennent parfaitement à ce classement. L'usage récurrent du drapeau égyptien fait que l'internaute est préparé à suivre *Al-Jazeera* dans son jeu (on sait à quoi s'attendre). L'usage particulier fait du dialecte égyptien à chaque publication comme dans le titre du *post* : par l'emploi du surnom populaire de l'Égypte "la protégée¹⁶⁵", mentalement dispose l'internaute à entendre les propos et les arguments avancés par *Al-Jazeera*. Ainsi le lien est créé assez rapidement. Ces *posts* qui concernent l'Égypte dont les procédés humoristiques sont ritualisés sont les détournements d'image du président de la république le mettant dans des postures comiques, l'usage des marionnettes agitées qui apparaissent et disparaissent aussitôt, les clins d'œil sur la légitimité des actions politiques (réformes constitutionnelles, élections, discours politiques, des traités du gaz entre l'Égypte et

¹⁶⁵ l'usage du féminin est justifié par le fait que le mot « pays » en Arabe est féminin .

Israël) et du régime, la volonté de creuser un fossé séparant le régime du peuple en insistant sur le fait que le peuple est pris en otage par un coup d'État. La distinction entre le régime et le peuple est un élément primordial dans cette stratégie pour indirectement nouer ce lien implicite qui supposerait qu'*Al-Jazeera* et le peuple ont choisi de soutenir son prédécesseur dont le nom n'est pas prononcé, mais cette comparaison est faite sans cesse. Cette ritualisation nous conduit à un usage dominant de cette stratégie dispositionnelle.

4.1.3. Mise en application de la stratégie personnelle

Avant d'aller plus loin dans l'analyse, on s'arrêtera sur la citation suivante pour rappeler ce en quoi cela consiste :

'Firstly, to create a persona oriented to the expectations of the hearers/ viewers with the aim of inducing them to support and empathise with him – a strategy that has been astutely termed the “ethos of sympathy”,⁵ and secondly, to depict the persona of the opponent as negatively as possible, in order to estrange him from the audience (character assassination) ¹⁶⁶.

C'est la stratégie la plus déployée par ce hashtag. Quand il s'agit de la réalisation d'une image des «ennemis d'*Al-Jazeera* », dans la plupart des vidéos postées qui concernent les pays du quartet on y voit une critique virulente, soit envers les mesures prises par le prince héritier saoudien, soit envers les stratégies émiriennes (sur le plan politico-militaire ou même culturel), et pareil pour l'Égypte où le président est pris comme cible, comme on l'a vu précédemment. Chaque fois que cette stratégie est mise en œuvre, *Al-Jazeera* ne fait qu'attaquer ces ennemis d'une façon rusée pour montrer à son public d'internautes son respect pour leur intelligence. Cette même intelligence, supposée des internautes, est sous-estimée par l'appareil politico-médiatique de ces pays. La supériorité d'*Al-Jazeera* est confirmée à chaque *post*, ainsi que son pouvoir de persuasion. Cette stratégie où *Al-Jazeera* excelle, et due à une astuce : l'image, la création ou le détournement plutôt des personnages formels, qui a débuté en 2018 avec l'usage de ce *hashtag*. Ceci a continué tout au long des *posts* qu'on a pu récupérer, où l'usage répétitif des procédés humoristiques évoluent autour du détournement et la décontextualisation des images pour donner « l'effet

¹⁶⁶ Serafim, p. 2.

d'incongruité »¹⁶⁷ pour les dirigeants des pays souvent vénérés et intouchables (par la force de la loi). La réalisation de l'image de ces personnages, comme nous allons le constater, suit des règles assez stables d'exagération ou d'amplification d'une partie du corps, souvent la tête, des vêtements ou des accessoires sont aussi ajoutés, inhabituelles pour l'image formelle que l'on a d'eux. Pour voir cela de plus près, nous avons décidé de regrouper des *posts* qui traitent du prince héritier saoudien, son altesse royale Mohammed ben Salmane Al Saoud (MBS), ainsi que du prince héritier émirati Mohammed ben Zayed (MBZ) et le président américain Donald Trump :

➤ Mohammed ben Salmane Al Saoud (MBS) :

Le portrait du prince héritier tel qu'il est dessiné par ce *hashtag* reflète un jeune homme 'téméraire', qui reçoit des ordres d'autrui (comme l'indique le texte en titre des *posts* traduites par nos soins, de gauche à droite : « les médiateurs Bin- Salman, le congrès de Bin- Salman, les relations bilatérales saoudiennes et émiraties, les ordres Trumpiens, la star du sommet des vingt, Bin- Salman autour du monde, Bin- Salman le réformiste »), facilement manipulé par son homologue émirati. Les grandes réunions mondiales sont les moments où on lui donne des leçons : c'est un petit qui joue dans la cour des grands. Dans le regroupement des *posts* (cf. figure 61) il y a deux rangées à analyser séparément :



Figure 61 MBS tel qu'il est représenté dans les publications #Shéhérazade

¹⁶⁷ Leroux, p. 272.

Sur la première rangée, nous y avons disposé les images où il figure parmi d'autres dirigeants. La plupart des images sont brandies sur des pancartes. Ce qui nous intéresse ici, et ce qui est à signaler sur ces images, c'est le positionnement qu'il a sur celles-ci : il est soit au premier plan ou en arrière-plan. Il figure sur la première image avec des dirigeants et le beau-fils du président américain. Ces trois personnalités sont représentées en éventail, comme le jeu de carte où le titre est « les médiateurs du prince hériter ». Ce qui peut être interprété comme étant en position de force lorsqu'il est placé au premier plan (ou peut-être opportuniste car il les utilise dans un jeu), mais la façon dont les autres sont présentés reflète leur infériorité. Ils sont réduits à un jeu et suppose une trahison de 'la cause arabe' par la coopération avec Israël. Aussi, le caractère non-sérieux ou ludique est accentué en induisant qu'il prend ses responsabilités à la légère. Dans la deuxième image, il se trouve en arrière-plan, assis les bras croisés en signe de capitulation, le visage triste avec des remords. Tandis que le président turc est debout avec l'index pointé vers le haut en posture de donneur de leçon. On remarque que les deux images ne sont pas mises à même hauteur : le président turc domine le premier plan et est positionné plus haut que lui. Les mêmes techniques de positionnement sont répétées dans les deux dernières images de la première rangée, accompagnées par des titres « les relations saoudien-émirati, ou encore les ordres du Trump ». Ces techniques ont été exploitées au maximum, et il ne leur a pas suffi de détourner les images, ils ont également pris un élément complémentaire pour complexifier ces images donnant une lecture quasi instantanée aux internautes.

Par ailleurs, un accessoire d'une importance capitale qui peut être confondu à un détail ne nous a pas échappé : c'est le port du « Bisht » (*cf. Figure 62*) ce costume symbolique du Golfe (un type de manteau avec des bordures dorées principalement pour homme) initialement porté par les hommes en signe de rang et de classe dans la société, jadis signe de richesse. Une étiquette (protocole) particulière accompagne le port de cet habit et un code de couleur à respecter selon les occasions. La présence et l'absence de cet habit pour un homme politique, nous indique le degré de formalité des événements auxquels ils participent, et étonnamment, *Al-Jazeera* est allée jusqu'à la mobilisation de ce code-là sur les images. On le voit froissé, ce qui est le signe de manque de soins, et son absence dans les deux autres images indique une infériorité par rapport aux autres personnalités politiques présentes dans le même cadre. Dans la dernière image, on peut sous-entendre que lui, il travaille pour MBZ, alors que, pourtant, il a un rang supérieur. Ce jeu de codes

et de symboles est parfaitement orchestré par *AL-Jazeera*, où rentre sous le déploiement cette stratégie personnelle où la personnalité de la cible est attaquée sans pitié.



Figure 62 le rôle de "bisht" costume traditionnel pour homme, avec des broderies dorées

Voici quelques exemples supplémentaires (MBZ, Trump) (voir figure 63&64 qui caractérisent le maniement des images dans le cadre de cette stratégie :



Figure 63 MBZ tel qu'il est représenté par #Shéhérazade



Figure 64 Trump tel qu'il est représenté par #Shéhérazade

Il ne faut pas non plus négliger le rôle du récit qui accompagne ces images, et celui de la musique aussi. Cela fait bien évidemment partie de ces stratégies et c'est complémentaire à ces procédés humoristiques. Le récit narré par une voix féminine emporte l'internaute pour quelques secondes dans le monde de ce *hashtag*. La beauté de la langue arabe et sa sophistication est un atout pour le récit. Le fait de marier aussi les registres de langue (formel, soutenu, non formel), de jongler entre l'arabe littéraire et les dialectes, offre un réel plaisir à l'ouïe de l'internaute. Chaque couche est soigneusement préparée pour compléter l'autre. Le contenu final fait preuve d'un haut degré de créativité et augmente ainsi la marge de manœuvre dont dispose cette chaîne pour lutter contre les revendications des quatre pays.

5. Une lecture géopolitique du choix des cibles

“Therefore, the subject matter of rhetorical humor is significant. We also need to consider the target of the humor, particularly when it is used to attack a person. The third consideration is for the composition of the audience.”¹⁶⁸.

¹⁶⁸ Phillips-Anderson, p. 65.

Précédemment, nous avons eu la chance de survoler quelques cibles de mise en dérision. Il est donc temps de s'intéresser à une lecture géopolitique de certaines cibles ; lecture qui approfondira nos connaissances. Le choix des cibles dans les *posts* peut paraître déroutant. Il ne faut pas exclure cette démarche du contexte global dans lequel ce *hashtag* est apparu. En premier lieu, les *posts* étaient en lien direct avec la crise. Au fur et à mesure que le temps passe, les thématiques traitées, par conséquent les cibles, se sont un peu éloignées de cette crise, et ceci est valable même après la date à laquelle notre collecte de données s'est arrêtée. Cet élargissement pour couvrir d'autres événements de la même manière nous laisse perplexe et nous a poussé à considérer que les attaques d'*Al-Jazeera* sur 'ses ennemis' s'est élargi à leur intérêts géopolitiques, donc aux attaques directes et indirectes. Cette piste nous conduit à une autre approche complémentaire aux stratégies de la rhétorique d'humour, une approche qui tisse les liens entre ces *posts* en direct avec l'attaque contre le quartet, et les attaques indirectes plus subtiles.

Il n'existe aucun doute sur le fait que le choix des cibles est aussi important que le reste des éléments qui constituent le contenu fini. Nous allons isoler les publications qui sont en lien indirect, et considérées comme satellite à cette crise, ceci par degré d'éloignement pour voir s'il existe des *posts* complètement hors du cadre de la crise. Nous allons ensuite tâcher de comprendre l'entreprise d'*Al-Jazeera*. Cela va nous éclairer sur le fait de voir si la communication d'*Al-Jazeera*, à travers ce *hashtag*, suit ou non un modèle (*pattern*) reproduit d'une manière systématique.

Nous avons pu constituer quatre grandes catégories de cibles (*cf. Figure 65*) :

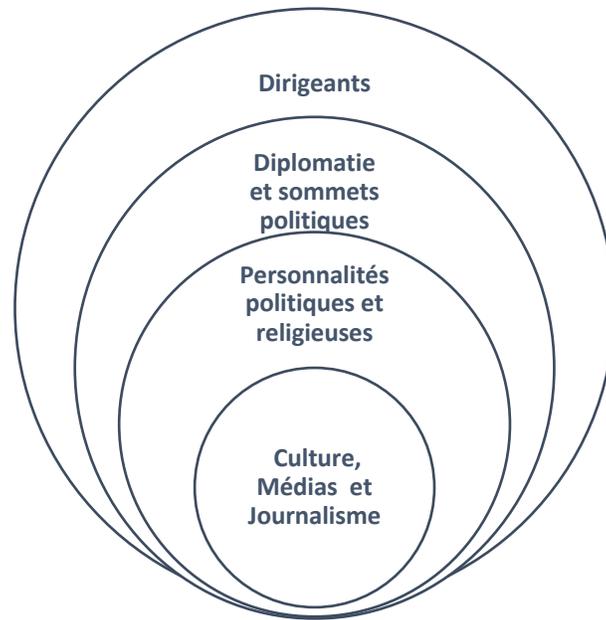


Figure 65 catégories des cibles

5.1. Les dirigeants

Cette première catégorie se décline en plusieurs sous-catégories (cf. Figures 66/67) :

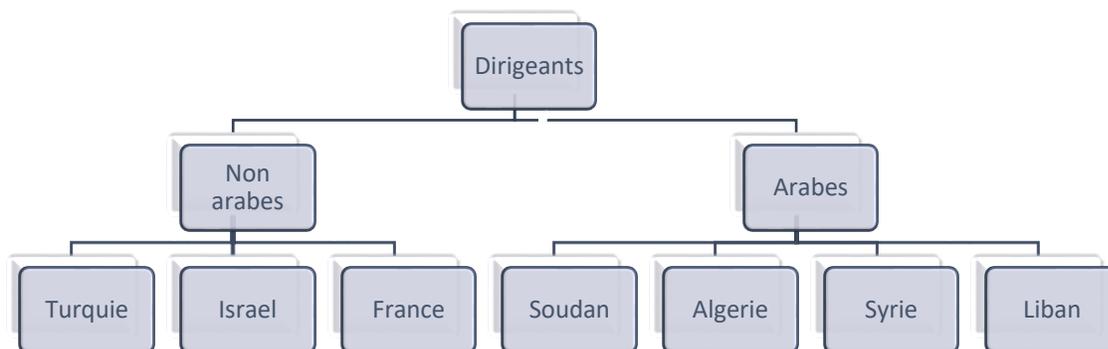


Figure 66 sous catégories pour les dirigeants par pays



Figure 67: Aperçu des posts traitant de la catégorie des dirigeants

5.2. Israël

Par ligne, nous allons voir par cette lecture géopolitique le lien avec la crise. Prenons d'abord Netanyahu, le premier ministre d'Israël. Son lien avec la crise, selon *Al-Jazeera*, émane de la coopération clandestine de la part des pays du quartet (hormis l'Égypte). *Al-Jazeera* les accuse de faire une course à la normalisation des relations diplomatiques, aux dépens de la cause arabe de la Palestine, en d'autres mots : ils ont vendu la Palestine pour des miettes. Grâce à *Al-Jazeera*, nous avons pu voir une campagne de normalisation de ces fameuses relations au niveau formel (participation de l'équipe du Bahreïn au tournoi sportif en Israël, un changement de cap journalistique saoudien et émirati en faveur d'Israël, hors quartet visite de Netanyahu à Oman) et non formel (la visite des Saoudiens en Israël). Dès lors, quelles sont les conséquences de cet usage ? Attiser l'opinion publique arabe qui les considérera comme des traîtres. En mettant la lumière sur ces relations et ces affaires sous la table, *Al-Jazeera* garde une soi-disante crédibilité, quant à son indépendance du Qatar. Rappelons-le officiellement, le Qatar a des liens commerciaux avec Israël depuis 1996 (l'année de l'établissement d'*Al-Jazeera*). La crédibilité de la chaîne est aussi en question, car elle se présente comme la voix médiatique arabe qui défend leurs causes : d'une pierre deux coups, tout en se moquant du premier ministre israélien, elle satisfait les journalistes d'affiliation panarabe qui y travaillent et l'opinion publique arabe se retournant contre l'Arabie-Saoudite et les Émirats Arabes Unis.

5.3. La Syrie

Plusieurs observateurs soupçonnent la Syrie d'être à l'origine du désaccord entre le Qatar et l'Arabie-Saoudite. Le premier soutien l'opposition et les armes clandestinement livrées, tandis que l'Arabie-Saoudite est accusée d'armer le mouvement salafiste de al-Nussrah. Il va de soi de dire que la crise syrienne (ou cette guerre civile syrienne) est une scène pour les interférences étrangères qui y cherchent à avoir plus de poids : c'est une poupée russe de conflits d'intérêts de part et d'autre. Qu'est-ce que Macron vient faire sur cette ligne ? Sa présence dans ce *post* pour traiter sa position sur l'usage d'arme chimique de destruction massive en l'accusant d'être un beau parleur et de contredire son ministre des Affaires étrangères Jean-Yves le Drian quant à l'usage ou non d'arme chimique. Attaquer sans relâche le régime syrien sert les intérêts et les politiques qataris, ainsi que l'opinion publique arabe. Le lien entre la crise du Golfe de 2017 et la Syrie peut être réduit à ce que nous avons affirmé au début de cette partie. Cela peut être considéré comme une tentative d'élargir les actualités traitées par ce *hashtag*, assurant ainsi une continuité de publications pour fidéliser les internautes et combler les manques en matière médiatique pendant certains moments où la crise du Golfe passe en arrière-plan.

5.4. Le Soudan¹⁶⁹

La tonalité était très négative durant les *posts* traitant du président sortant Omar Al Bashir et dans le deuxième post traitant du Soudan, cela a perduré. Dans ce dernier, la relation avec la crise du Golfe de 2017 est plus évidente que pour le premier : on voit les militaires du conseil militaire en charge de gérer le pays jusqu'aux élections en visite au pays du quartet des visites qui montrent l'alignement de ces responsables avec le quartet. Le Qatar est connu pour avoir soutenu Al-Bashir durant deux décennies de son règne, étant donné que c'est un des rares dirigeants affiliés au mouvement des Frères musulmans que le Qatar soutien et est accusé de soutenir. On peut dire que le Qatar a gêné ainsi l'Égypte et l'Arabie-Saoudite qui avait jusqu'alors des bons rapports diplomatiques avec le Soudan, au contraire de l'Égypte. Ce mauvais portrait des autorités soudanaises reflété par AL-Jazeera, est dû probablement à une déception de la part du Qatar de ne pas être soutenu par le Soudan durant cette crise, malgré le soutien financier généreux que le Qatar lui a offert durant deux décennies.

5.5. Le Liban

Comme d'autres pays durant cette crise, les deux parties de la crise lui ont mis une pression pour qu'il soit aligné avec eux. Le Liban, avec le premier ministre Saad Al-Hariri dont le papa Rafiq Al-Hariri entretenait des excellents rapports avec l'Arabie Saoudite. Or, la scène politique libanaise est d'une telle complexité que cela rend les choses d'autant plus difficiles à déconstruire. Des spéculations et des tensions diplomatiques ont lieu entre l'Arabie Saoudite et le Liban durant le mois d'octobre 2017 en marge de cette crise du Golfe, avec le rôle grandissant du parti politique hostile de 'Hizob Allah'¹⁷⁰. L'Arabie Saoudite s'est trouvée avec un front supplémentaire entourée de part et d'autre par des actions iraniennes déstabilisantes à l'égard de sa sécurité nationale et menaçant son emprise sur ces capitales arabes. Dans une action politique musclée, le premier ministre libanais a fait un séjour mystérieux en Arabie Saoudite, où la presse avait suggéré à

¹⁶⁹ المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، 'محددات الموقف السوداني من الأزمة الخليجية' (المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، 2017) <<https://www.dohainstitute.org/ar/Lists/ACRPS-PDFDocumentLibrary/Determinants-of-the-Sudanese-Position-on-Gulf-Crisis.pdf>>.

¹⁷⁰ Milice shiite financée et armée par l'Iran, avec un agenda façonné par les gardes de la révolution iraniens.

l'époque qu'il soit pris en otage par l'Arabie Saoudite (cf. figure 68), ceci juste après avoir décidé de démissionner.



Figure 68 capture d'écran prise sur le site du Figaro¹⁷¹

Après cette brève mise en contexte, on se pose la question : Pourquoi *Al-Jazeera*, dans ce *post*, s'attaque-t-elle au premier ministre libanais ? En fait, à travers lui, elle se moque de l'Arabie Saoudite qui le soutient, ainsi que l'Occident qui voit en lui un interlocuteur de confiance. *Al-Jazeera* critique dans ce *post* les élections libanaises et la campagne électorale des candidats qui ont hérité de leur droit à accéder à la fonction, au poste, en précisant que lui ne se base pas sur un programme électoral mûrement réfléchi, mais à des slogans retentissant où les superstitions dominant. Elle implique que cela est le résultat de son impuissance, qu'il se comporte ainsi en mettant 'une bille bleue en signe de protection de mauvais œil' (voir figure 67).

¹⁷¹ <https://www.lefigaro.fr/international/2017/11/13/01003-20171113ARTFIG00234-comment-hariri-a-ete-piege-chez-les-saoud.php> consulte le 5-06-2020

5.6. L'Algérie

C'est le post pour lequel aucune explication ne nous vient à l'esprit quant au lien avec la crise du Golfe. Durant ce post, *Al-Jazeera* critique le fait que le président BouTafleqa, malgré son état de santé, va se représenter aux élections pour un mandat qui durera un an, en disant ce qu'il n'a pas pu accomplir en deux décennies à la tête du pays : Comment va-t-il l'accomplir en un an ? On ne voit donc pas de lien, mais vu que c'était un important événement politique, *Al-Jazeera* a choisi de s'exprimer là-dessus. Cela va aussi atténuer la férocité des attaques contre le quartet où l'appel au calme est lancé aux médias, plusieurs fois par le médiateur koweïtien qui ne cesse pas de dénoncer les désinvoltes des médias. Une autre interprétation est faite de cet usage, sans rapport apparent avec le sujet.

5.7. Diplomatie et sommets politiques



Figure 69 : Regroupement des publications sous cette catégorie

Ces *posts* sont en lien direct avec la crise (voir figure 69). La ritualité de ces réunions et leur inutilité quand il s'agit de trouver des solutions et la division qui y règne parmi les pays rassemblés, est soulignée par *Al-Jazeera*. Le surcoût de ces sommets et leur inutilité font que certains pays se passent de les accueillir sur leurs territoires. Ces sommets sont réduits à des sessions de 'paroles en l'air' dirons-nous, et l'aspect symbolique y est même épuisé. L'absence de la crise du Golfe de ces sommets (arabes en tout cas) est une perte de temps pour les dirigeants qui y sont réunis. Ces

posts apportent une occasion supplémentaire d'attaquer les pays de quartet : ce qui change c'est l'angle d'attaque et la stratégie (topique).

Dans un *post* des graves accusations sont faites par le quartet d'avoir tenu un sommet secret dans un yacht dans la Mer Rouge en 2015, pour créer de nouvelles alliances ayant le pouvoir de changer le paysage politique au Moyen-Orient et renverser ainsi la donne au profit de l'Arabie Saoudite et des Émirats, ceci en soutenant le candidat Trump à l'élection présidentielle américaine.

Le dernier *post* attaque et va directement à l'encontre de l'Arabie Saoudite, qui est accusée de ne pas respecter les protocoles diplomatiques à la veille du renvoi de l'ambassadeur canadien, et de rompre des relations diplomatiques avec le Canada. Les Canadiens ont demandé plus de souplesse avec les prisonniers politiques saoudiens en défendant les droits de l'Homme. *Al-Jazeera* indique que le rapport annuel du ministère des Affaires étrangères américain contient les mêmes revendications et les mêmes accusations : pourquoi alors avoir châtié le Canada et non les États-Unis ?

5.8. Personnalités politiques et religieuses



Figure 70 : Les publications concernées par cette catégorie

Al-Jazeera réussi à créer des liens avec cette crise du Golfe et semblait prête à aller loin pour les inventer. Le premier *post* (cf. figure 70) où figure le membre du Congrès américain, Ilehan Omar, décontextualise un événement politique interne américain pour le lier à la crise du Golfe : en impliquant que le feu est ouvert contre ce membre du Congrès par les lobbys arabes, sans préciser les nationalités qui la soupçonnent d'avoir une affiliation au mouvement des Frères musulmans, notamment quand elle a demandé l'arrêt de l'armement de l'Arabie Saoudite après l'assassinat de Khashogchi également suite à la détérioration de l'état humanitaire au Yémen. À notre sens, c'est une opportunité à ne pas manquer pour *Al-Jazeera* de donner des coups au président américain ;

cela rime avec la tonalité anti-américaine qu'elle porte depuis son établissement. Cela rend aussi service à ses attaques contre A.M.I.C.T.¹⁷² en donnant une dimension internationale à cette crise et en déplaçant l'arène de l'échelle locale à l'échelle internationale.

L'instrumentalisation de la religion dans la crise est une thématique qui domine le reste des *posts*, où nous en avons vu un soupçon quand il s'agissait d'Ilhan Omar. Cette fois, les personnalités religieuses sont comme les marionnettes aux mains des régimes du quartet (du groupement des quatre pays en question). La visite du Pape et l'appel à la tolérance lancé par les Émirats arabes Unis sont mis en question, le paradoxe est accentué quant aux actions de ces derniers avec le Qatar et cette crise qui perdure.

Nous avons trouvé un intéressant dialogue 'de sourd ' entre le contenu posté par *Al-Jazeera* qui trouve un écho sur la même plateforme mais par une chaîne rivale d'information en continu financée par l'Arabie Saoudite (*AL-Arabiya*). Chacune poste sa version de la réalité des choses (voir figures 71.72.73 et 74).



Figure 71 : *AL-Jazeera*, 9 mai 2019 «le réveil du *ALQarny*^{5.8179} » salué



Figure 72 : *AL-ARRABIYA*, 10 mai 2019 «l'Égypte l'audace du *ALQarny* d'avoir présenté ses excuses »

¹⁷² L'Alliance Militaire Islamique pour combattre le terrorisme contre la rébellion des Houthis au Yémen.



Figure 73 : Al-Jazeera, 18 avril 2019



Figure 74 : Al-Arabiya, 14 avril 2019

C'est une explication qui rend cet usage plus clair, c'est un acharnement médiatique sur deux pôles opposés, une propagande contre une autre. Il est utile de savoir que le Monsieur Alqarny, dans la figure 58, est de nationalité saoudienne. Autour de sa personne plusieurs polémiques rodent : il est passé par la case prison plusieurs fois, cela a commencé avec les efforts pour la libération du Koweït quand il a tenu des propos contre les forces militaires étrangères présentes sur le sol saoudien, ceci bien sûr au début des années 1990. L'évènement le plus intéressant le concernant est durant la crise du Golfe de 2017. En effet, il venait de sortir de prison pour barrer d'une croix ses travaux et ce publiquement lors d'un entretien accordé à *Rotana* (chaîne appartenant à un des bouquets du prince saoudien ALwaleed Bin Talal) et le courant idéologique auquel il appartenait jadis. Il s'est excusé d'avoir soutenu des idées non modérées de l'Islam, et son discours était parfaitement aligné à la politique interne et externe saoudienne. D'où la rage d'Al-Jazeera et la ruse d'Al-Arabiya.

5.9. Culture, média et journalisme

Les posts ici, (voir figure 75) une fois encore, sont liés à la crise d'une manière directe. Traitant des thématiques qui semblent non concernées par cette crise, comme le sport, la mode, ou l'art, *Al-Jazeera* a réussi à les placer entièrement sous le signe de cette crise, pour continuer à s'acharner sur les pays du quartet, divulguant leurs manoeuvres de fragilisation du Qatar. Une toile acquise par le Louvre d'Abu-Dhabi est une occasion pour dénoncer les actes des responsables du musée

qui ont risqué la réputation de cette prestigieuse enceinte, en rayant le Qatar d'une carte sur ses murs. Le foot et l'organisation du mondial au Qatar est devenu l'occasion d'avancer les demandes du quartet de « leur part du gâteau », est c'est devenu un prétexte pour créer la crise.



Figure75: Publications sous cette catégorie

Dans la deuxième rangée, les médias et l'appareil médiatique rival sont attaqués en rappelant les éthiques du métier, souvent absents selon *Al-Jazeera* pour ces journalistes qui empoisonnent la vérité en diffusant des propos voulus par les régimes qui les a mis en place. L'exception est quand même à faire quand *Al-Jazeera* traite l'assassinat de Khashogchi comme on a pu le constater tout au long de ce travail, c'est l'occasion de s'en prendre à l'Arabie Saoudite insistant sur la brutalité du régime saoudien et le non-respect des droits de l'Homme, ainsi que la liberté d'expression. Tout ce qu'*Al-Jazeera* fait à ce compte, c'est attiser l'opinion publique concernée par ce crime digne d'une production hollywoodienne.

6. L'écart à la norme déontologique

Dans cette partie, il sera question de traiter deux éléments majeurs : en faisant usage d'une telle pratique, d'une telle dérision politique connectée, comment *Al-Jazeera* se défait de la norme déontologique qu'elle s'est fixée comme code de conduite, en tant que chaîne d'information en continu ? Parallèlement, cet usage est une infraction à la norme journalistique caractérisée par sa

rigidité et son sérieux qui enveloppe les informations, les *news*. Ces normes sont de prime abord non valables pour la dérision politique. Dès lors, comment *Al-Jazeera* a réussi à combiner deux pôles opposés ? Tout en sachant que sa crédibilité est en jeu ? Comment peut-elle entreprendre de telles manœuvres chevronnées ? Hormis le fait que ces deux pôles (*news* et dérision politique) sont opposés, les deux ont un point en commun : les deux façonnent la compréhension de la société des faits politiques et sociaux¹⁷³. Dans le cadre d'une étude menée sur la responsabilité et les limites éthiques à l'usage de l'humour politique, l'auteur nous indique que ces points communs entre les normes journalistiques rigides, et la flexibilité dont jouit la dérision politique, les rapprochent plus que jamais, au lieu donc de voir l'incompatibilité de ces deux pôles. Il faut prendre du recul et mettre l'accent sur ce qui les rapproche :

« Comme le journalisme, l'humour politique fonctionne mieux avec la liberté d'explorer des idées, de questionner et de critiquer des dirigeants puissants et des conventions sociales sans crainte de représailles. L'humour politique, comme la presse, souffre généralement lorsqu'il est censuré ou réprimé par les institutions gouvernementales et d'autres intérêts particuliers. Cependant, au-delà de la question de la « liberté de » de l'humour politique, il est important de noter que l'application de la « Théorie de la Responsabilité Sociale » à l'humour politique implique également la « liberté pour » la responsabilité sociale de l'humour politique. Si l'humour politique doit aider à maintenir une démocratie saine en soulevant des questions avec humour, en offrant des observations incisives et en exprimant des perspectives marginalisées, alors les comédiens ont besoin de plus qu'un code de conduite négatif, établissant des normes minimales de décence. Ils peuvent bénéficier d'une articulation des aspirations, des devoirs et des responsabilités pour guider la teneur générale de l'humour politique. »¹⁷⁴

¹⁷⁴ Peifer, p. 270. *“Like journalism, political humor operates best with freedom to explore ideas, to question and critique powerful leaders and social conventions without fear of reprisal. Political humor, like the press, usually suffers when it is censored or suppressed by government institutions and other special interests. Beyond the issue of political humor’s “freedom from,” however, it is important to note that applying SRT to political humor also implies political humor’s “freedom for” social responsibility. If political humor is to help sustain a healthy democracy by humorously raising questions, offering incisive*

La censure sanctionne à la fois le journalisme ‘sérieux’ et la dérision politique. Le besoin de liberté pour évoluer est valable pour tourner en dérision aussi bien qu’informer. Parallèlement, remettre en question les pratiques sociales et le fait de pouvoir critiquer sans craindre les ripostes suscite plus de libertés. Or, l’auteur estime que les deux doivent être cadrés par le sens des responsabilités afin de répondre aux aspirations des peuples sous les régimes démocratiques.

Les données métriques que nous avons pu obtenir, grâce à notre corpus (voir figure 76), nous montrent que la déviation volontaire et même voulue de la part d’Al-Jazeera de la norme journalistique a occasionné un intérêt particulier de la part des internautes durant cette crise, comme l’indique la statistique suivante sur un échantillon (de trente-deux *posts*) de notre corpus (s’étalant du début de la collecte à la fin des publications) :

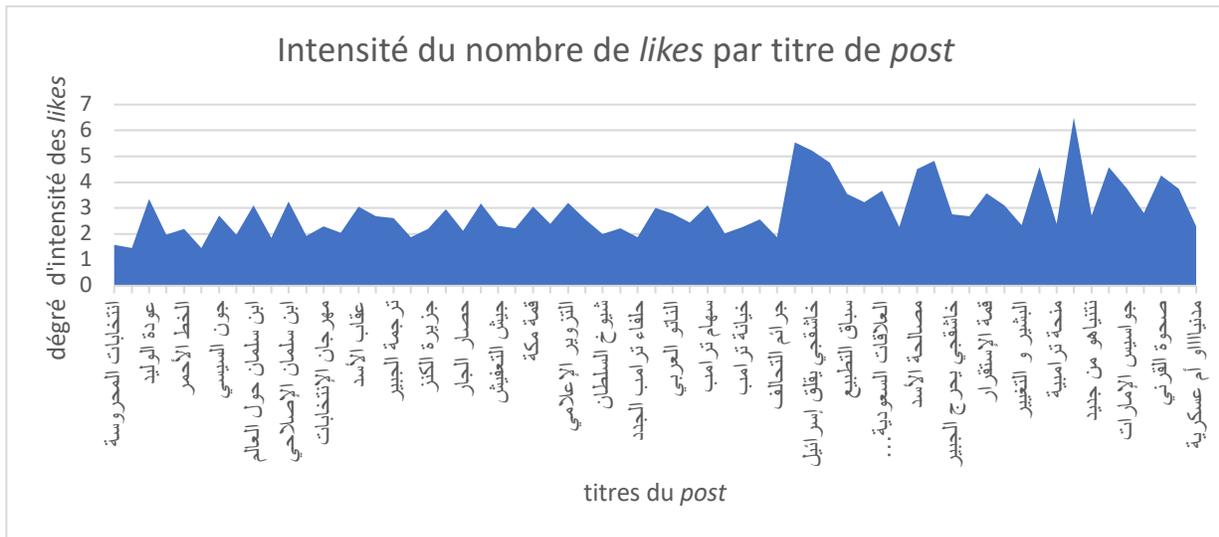


Figure 76 Statistiques montrant le degré d'intensité du nombre de likes par post

Avant de traiter les statistiques dans la figure ci-dessus, selon l'étude métrique que nous avons menée, il est important de retenir que le nombre de visionnage par *post* était déjà présent sur la plateforme. Ce nombre de visionnage dépasse largement le nombre de *like* systématiquement ; c'est--dire la vidéo dont le nombre de *like* est le plus important, a récolté des *likes* au nombre de

observations, and voicing marginalized perspectives, then comedians need more than a negative code of conduct, setting minimum standards of decency. They can benefit by an articulation of aspirations, duties and responsibilities to guide the general tenor of political humor.”

6.496, néanmoins ce n'est pas la vidéo la plus vue, cette dernière est visionnée 92.226 fois. La vidéo la plus vue est celle du journaliste du *Washington post* *Khashogchi*, elle totalise 106.340K vues avec seulement 5.222 *likes*. On peut tirer plusieurs conclusions à partir de ces statistiques. Premièrement, au début des publications de ces *posts*, les internautes ont été quand même interpellés ; cet usage, donc, n'est pas passé inaperçu compte tenu des *likes*. Deuxièmement, cet usage a eu besoin de temps pour pouvoir, d'une part s'ancrer dans le compte d'*Al-Jazeera*, et d'autre part, pour que les internautes reviennent consommer ce contenu. À savoir que, le rythme de publication était d'une publication par quinzaine. Nous remarquons, toujours sur la même figure, des petits « pic » du *like*. On peut justifier ces derniers par deux arguments : les thématiques traitées en lien direct avec cette crise ont suscité une interaction plus importante et le moment où ces publications ont été faites (toujours en lien avec un événement politique *offline*), l'écart temporel de la publication virtuelle avec ces événements réels est considérablement réduit. Ces événements sont donc sous les projecteurs au moment de la diffusion du *post*. Une autre explication très importante serait de dire que ces *hashtags* sont toujours couplés avec d'autres ; c'est-à-dire qu'une publication qui traite par exemple de l'assassinat de *Khashogchi* (journaliste saoudien tué dans le consulat saoudien à Istanbul) est aussi taguée simultanément par trois autres *hashtags* (*#leconsulat*, *#l'Arabiesaoudite*, *#Khashogchi*). Cette pratique amplifie la visibilité des contenus dans les moteurs de recherches et remonte automatiquement le contenu diffusé initialement sous *#Shéhérazade*, assurant ainsi une meilleure visibilité et une plus large interaction. Une corrélation est à prendre en considération entre le nombre de *likes* et le nombre de commentaires fait autour d'un *post*, ce qui confirme cette interaction. En revanche, le nombre de visionnage toujours plus élevé que celui des « *likes* » nous mène à l'hypothèse de la passivité des internautes. Passivité ou prudence justifiée soit par le désintéressement à ces thématiques, ou pire encore, par la peur d'interagir et d'être sous le contrôle des autorités locales, qui à leur tour, interpréteront les *likes* en signe de sympathie, voire d'affiliation politique, dans certains de ces pays ça constitue un crime puni par la loi.

7. Al-Jazeera en double infraction de son propre code de conduite déontologique

Notre thèse rentre dans une double dimension déontologique, celle que la chaîne dans sa version anglaise (*code de conduite*) a publié sur son site internet datée du 1er novembre 2014¹⁷⁵, et une dimension déontologique propre au secteur numérique de la chaîne diffusée dans une vidéo célébrant son vingtième anniversaire. Nous avons pu soustraire les règles constitutives du cadre déontologique qu’*Al-Jazeera* a pu se fixer. Nous allons étudier uniquement celles qui sont susceptibles de ne pas être respectées, dans le tableau suivant où nous avons, pour des raisons de transparence, choisi de dédier une colonne au code de conduite et une autre au secteur numérique :

Ordre	Code de conduite sur le site (en anglais)	Vidéo du secteur numérique (Traduit de l’arabe par nos soins)
1.	<i>‘Adhere to the journalistic values of honesty, courage, fairness, balance, independence, credibility, and diversity, giving no priority to commercial or political over professional consideration’</i>	Être pionnière est un fait et une aspiration à l’avenir. Aujourd’hui, l’excellence émane de la spécialisation, créer vous-même des opportunités, ne pas attendre qu’elles se produisent. Sur chaque écran, téléphone et plateforme, nous ancrerons les valeurs fixes avec une langue variable et un contenu original
2.	<i>“Endeavour to get to the truth and declare it in our dispatches, programs and news bulletins unequivocally in a manner which leaves no doubt about its validity and accuracy”</i>	Nous faisons de notre mieux afin de dessiner l’horizon de demain avec une actuelle génération, dotée d’une connaissance plus approfondie et des informations plus précises

¹⁷⁵ <https://www.Al-jazeera.com/aboutus/2006/11/2008525185733692771.html>

Ordre	Code de conduite sur le site (en anglais)	Vidéo du secteur numérique (Traduit de l'arabe par nos soins)
3.	<i>“Present the diverse points of view and opinions without bias and partiality”</i>	Nous suivons le développement technologique rapide en utilisant les moyens et les outils des technologies de l'information, pour atteindre le plus grand segment du public, où il se trouve et à tout moment leur permettre d'interagir.
4.	<i>“Distinguish between news material, opinion and analysis to avoid the snares of speculation and propaganda.”</i>	Notre objectif : mener la révolution des médias numériques. Notre stratégie : s'élever en utilisant le progrès des TIC Notre vision : Promouvoir la supériorité continue d'Al-Jazeera Secteur numérique : nous parlons la langue du futur

Tableau 12: Tableau de la déontologie suivie par AL-Jazeera

Pour mieux expliciter ce tableau, nous allons argumenter chaque colonne séparément, à commencer par la première. Les *posts* que nous avons étudiés remettent en question l'indépendance politique, en tout cas, de la chaîne vis-à-vis du Qatar qui finance en partie cette institution médiatique. Les attaques successives sans relâche accompagnées d'un haut degré d'animosité ont été exprimées tout au long de ce *hashtag*, ce sont des preuves qui démontrent qu'*Al-Jazeera* ne s'est pas tenue à une même distance des parties concernées par cette crise. Nous avons constaté cette incompatibilité entre ces paroles et les actions entreprises dans les choix des cibles et les stratégies de la rhétorique précédemment. Même les vidéos qui sont indirectement liées à cette crise montrent une prise de parti derrière les intérêts qataris. Quant à la neutralité, cela va de soi quand on fait usage de la dérision, on ne peut plus être neutre, on désigne une cible pour se moquer d'elle, soulignant ainsi son infériorité. Dernièrement, en ce qui concerne la première colonne, *Al-Jazeera* prétend vouloir tracer une frontière claire à ne pas transgresser entre ces genres journalistiques, afin de ne pas confondre le récepteur de ces informations, et ne pas

éventuellement faire de la propagande. Or le *hashtag* nous a exposé à un genre hybride et novateur qui traite les *news* d'une manière à contredire ce qu'*Al-Jazeera* prétend ne pas vouloir faire. Nous saluons même l'ingéniosité avec laquelle cette chaîne a entrepris une vaste stratégie de communication sous des circonstances extraordinaires qui l'ont poussé à agir hors de son cadre déontologique. Toutefois, ayant étudié la dérision politique et compte tenu du contexte et de la nécessité d'agir « *out of the box* », avec une capacité technique et des plateformes qui permettent une telle émancipation, cette dérision a été malgré tout justifiée et utile même. Elle a semé des pratiques de démocratisation, et a ôté le voile du sacré qui entoure les dirigeants politiques dans cette zone, et a remis en question des décisions politiques qui sans nécessité aucune, déstabilisent une région vitale et fragilisée par les conflits. En revanche, pour appuyer nos propos, la citation ici-bas comble le manque que l'on peut reprocher à *Al-Jazeera* : le fait de se montrer responsable, car la longévité de cette crise est due probablement à cet entêtement, à un 'acharnement' médiatique de la part des deux camps, qui a contribué à disloquer le sentiment d'unité qu'avaient les peuples de cette zone :

« Bien que l'humour ait le potentiel de perpétuer des stéréotypes destructeurs et de diviser les gens, la comédie a également le pouvoir de favoriser des idées nouvelles et surprenantes. L'humour politique peut également servir la société en suscitant un scepticisme sain et en gardant les puissants honnêtes. Il peut désamorcer les discours durs dans la société en rendant acceptable ce qui est difficile à avaler et souvent controversée dans la sphère politique. Bien que nous puissions facilement identifier les distinctions entre l'humour politique et les médias d'information (*news*) conventionnels, l'humour politique a néanmoins une responsabilité sociale - comme la presse traditionnelle - d'honorer les valeurs de dignité humaine, de véracité et de non-malfaisance, même en se moquant gentiment de nos institutions, de nos dirigeants et de nous-mêmes, ainsi l'humour politique renforce la démocratie. »¹⁷⁶

¹⁷⁶ Peifer, p. 275. "Though humor has the potential to perpetuate destructive stereotypes and divide people, comedy also has the power to foster fresh and surprising insights. Political humor can also serve society by

Cette citation indique clairement qu'une nette distinction existe entre la dérision politique et le journalisme d'information (*news*), ce qui justifie la part de responsabilité que ce dernier a au contraire de la dérision politique, où il faut sans cesse rappeler ce sentiment et ce devoir vis-à-vis du récepteur. On se trouve donc dans une situation où cette distinction est quasi inexistante ce qui doublerait la part de responsabilité qu'a *Al-Jazeera* en inaugurant une telle démarche.

Il est temps de considérer la deuxième colonne. On y voit de prime abord des déclarations qui ne sont pas aussi sobres que celles de la première colonne. Ces déclarations sont prétentieuses, pour ne pas dire narcissiques. On se demande alors qu'elle pourrait être la raison derrière cette attitude. On arrive donc à cette conclusion que l'outil technologique permet à *Al-Jazeera*, particulièrement dans le domaine numérique, de suivre de près son public et peut-être celui des autres et à établir des comparaisons qui ne prouvent en rien sa supériorité. Ce n'est donc qu'un fait qui lui donne le droit de se présenter ainsi. Cette volonté et cette persévérance annoncées de vouloir être plus près des utilisateurs (sur chaque écran) sont confirmées par une présence très active sur chaque plateforme des RSN ; présence qui est adaptée à ces plateformes et aux usagers de ces plateformes (à titre d'exemple, dans le monde arabe, atteindre un égyptien/tunisien ou un palestinien se fait avec *Facebook*, mais ce n'est pas le cas pour le public du Golfe présent plutôt sur *Twitter*, *Instagram* et *Snapchat*). Cette présence est étudiée minutieusement, sous tous les angles y compris des travaux académiques pour la production de contenu adapté et ajusté, ainsi que l'usage de ces plateformes pour le journalisme. Un soin particulier est apporté à chaque élément, ce qui est précisément dit : « *Nous ancrerons les valeurs fixes avec une langue variable et un contenu original* ». Il est utile qu'ils s'inscrivent dans une démarche de sauvegarde des '*valeurs*' qui est un terme ambigu et vague à notre sens. Tout de même, cela reste un terme positivement interprété (avoir des valeurs dans une institution médiatique suppose de ne pas dire ce que les plus puissants

prompting healthy skepticism and keeping the powerful honest. It can defuse harsh discourse in society by making palatable what is hard to swallow in the often-contentious political sphere. While we can easily identify distinctions between political humor and conventional news media, political humor nonetheless has a social responsibility — like the traditional press — to honor values of human dignity, truthfulness, and nonmaleficence, even while gently ribbing our institutions, our leaders, and ourselves. In this way, political humor strengthens democracy.”

veulent). Jouer la carte de la précision, de la crédibilité et du ‘bon usage’ du progrès technique est une intelligente manœuvre, vu ce que *Al-Jazeera* accomplit sur ce terrain numérique et comment elle s’y présente. Vers la fin, l’équipe du secteur numérique met les points sur les ‘i’ en affirmant la volonté de rompre avec ce qui s’est fait (sous entendant probablement l’ancien régime des médias arabes, et pourquoi pas à l’échelle internationale), et d’être complètement tourné vers l’avenir, avec beaucoup de détermination. Le recours au terme ‘supériorité’, assure d’une part à l’internaute, et d’autre part aux confrères dans d’autres établissements médiatiques, qu’ils ont à faire à des professionnels qui ont battu leurs semblables sur ce terrain médiatique. Cela dit, on se pose la question quant à la conformité du contenu étudié avec ce que l’on vient de décrire. On est ébloui par cette conformité, ce savoir-faire technique qui a été diffusé au début 2018, qui était accessible sur quasiment toutes les plateformes (les *posts* sur *Instagram* sont plus complets en nombre, et quelques vidéos seulement ont été publiées sur *Twitter*, *Snapchat* et *Facebook*). Le pari est tenu, le contenu est ajusté et taillé avec chaque mise à jour de la plateforme, la supériorité saute aux yeux quand on voit la palette de couleurs mobilisées, la compréhension de « la culture LOL », et l’usage de la langue, la narrativité, le ‘décor’, les procédés humoristiques, et l’écart temporel très réduit pour transférer un événement (*news*) en une histoire racontée par Shéhérazade.

Dans d’autres registres, la dérision est une partie prenante de la stratégie de communication qu’a choisi *Al-Jazeera* de mettre en œuvre sous le hashtag que nous étudions. La dérision serait-elle la nouvelle mode de consommation de l’information vers laquelle les internautes se dirigent de plus en plus ? Plusieurs manques expliquent que les citoyens du Golfe se sont réfugiés vers les RSN : la dégradation de la réalité politique durant cette crise, le manque de plateforme d’échanges libres, ainsi que le manque d’habileté des citoyens assoiffés de maintenir un échange libre et accepter le point de vue opposé au leur. *Al-Jazeera* a compris cette détresse de la politique *offline*, cette soif pour une expression plus libre et a instauré ce hashtag, pour ne pas laisser un vide sur ce fragment de l’espace public numérique dans sa stratégie de communication numérique. La méthode d’Al-Jazeera peut paraître complexe et sophistiquée, tout de même elle suit une logique simple : refléter les réalités politiques pour ensuite les réfracter (déconstruire / briser) afin de créer des nouvelles réalités politiques.

Le succès de cette vision a fait que le hashtag ne traite pas exclusivement la crise du Golfe (2017), il s’est élargi et est devenu presque une rubrique à part entière. Le message politique a besoin, afin

d'être digérable par le grand public, surtout celui présent sur la toile, d'être déconstruit. Pour ce faire il n'existe pas de meilleures voies que celles de la satire et de la dérision. Cette déconstruction peut motiver le sentiment de résistance et le rejet des propagandes politiques diffusées lors des crises. Ce n'est pas une surprise alors de voir la dérision occupée de plus en plus de place dans les émissions télévisuelles, que sur les RSN dans les pays où la xénophobie est mise en avant sur la scène politique, portée par l'extrême droite.

Par ailleurs nous avons longuement soutenu le fait que l'usage de la dérision par cette chaîne n'est autre qu'une stratégie de défense. Cette thèse est confirmée dans une étude¹⁷⁷ des fonctions sociales de l'humour en 1984, qui précise que par l'usage de la dérision on est propulsé en situation de contrôle, ce dernier atténue la peur et l'anxiété. Ce traitement mélodramatique des événements politiques liés à cette crise a permis à Al -Jazeera de garder l'équilibre dans un moment où elle a été elle-même sous les feux des adversaires.

¹⁷⁷ Avner Ziv, *Personality and Sense of Humor* (Springer Pub. Co., 1984).

Conclusion

Nous avons pu voir la profondeur et les conséquences (politiques et médiatiques) de cette crise qui a occupé une longue période et un large terrain sur les réseaux sociaux.

Nous avons considéré en premier lieu l'aspect géopolitique de cette crise et le fait que cette crise est digne d'une guerre numérique, où sont mobilisées plusieurs techniques mettant en avant le manque de maîtrise des notions autour de la cybersécurité.

En second lieu, nous avons élaborés une partie dédiée à l'implication d'Al-Jazeera dans cette crise, et la manière dont elle a composé avec l'état qatari sous le couvert de l'indépendance de ce dernier. Nous avons pu examiner la production de cette chaîne (télévisuelle et numérique) en lien avec cette crise pour enfin comprendre la complémentarité entre ces deux-là en matière de stratégie de communication. La ligne éditoriale de cette chaîne nous montre la distinction qu'elle a choisi sur le plan international. Nous avons aussi tâché d'étudier la différence d'usage réservé aux réseaux sociaux. Ceci a montré qu'il y a certes une complémentarité mais aussi un usage exclusif réservé à Instagram durant cette crise, ce qui est expliqué par les caractéristiques du public présent sur cette plateforme et l'intérêt qu'il a pour la politique.

Enfin, la dernière partie est consacrée à l'étude de la dérision politique connectée. Car celle-ci représente l'angle qu'Al-Jazeera a choisi délibérément pour le traitement de cette crise sur cette plateforme sous le hashtag Shéhérazade. Le regard sur le passé et le présent de la dérision dans la zone du Golfe persique (CCEAG), nous apprend beaucoup sur l'état d'âme des pratiques démocratiques. En fait, la démocratie dans Golfe n'est qu'une pellicule fragile. L'analyse de notre corpus confirme l'importance que les réseaux sociaux peuvent avoir durant les crises. Cette importance remonte d'un cran lorsque celle-ci est déployée par des médias comme Al-Jazeera, où le savoir-faire et le financement suivent, et où en plus le code déontologique rarement respecté. Il faut aussi retenir la dangerosité de l'alignement des intérêts des deux entreprises (Al-Jazeera, Instagram) a un moment comme celui-ci. Quant aux gouvernements, il est certain que s'ils privilégient la prise de leurs décisions basées sur les données retenues sur les réseaux, sur l'intérêt général, les crises vont évidemment perdurer.

Pour conclure, nous avons plusieurs points à évoquer à la suite de cette étude :

Premièrement, cette crise est diplomatique, elle soulève la question de la solidité de la diplomatie dans cette région intra-pays membres de ce Conseil. Afin d'éviter la fragilité de cette institution, il est impératif de privilégier un dialogue inter-gouvernemental au sujet des politiques étrangères. Comme nous l'avons vu, les différentes positions en matière de politique étrangère sont l'étincelle d'où partent ces multiples crises. Comprendre le besoin de se démarquer de ces petits pays comme une stratégie de survie pourra peut-être rassurer les grands pays bien établis dans leur rôle régional. Dans un monde multipolaire, l'unité est le salut de ces pays arabes du Golfe, dans une région aussi troublée et convoitée que le Moyen-Orient. Au lieu donc de gaspiller des ressources financières immenses dans les armements, il vaut mieux concentrer les efforts pour faire un front commun face aux multiples défis actuels. À titre d'exemple le défi naturel, étant donné l'environnement désertique et le dérèglement climatique qui touche le Golfe au cœur et le rapport direct que cela a sur la sécurité alimentaire. Sur le plan social, les rebondissement des crises consécutives va destituer la confiance de la population et les désolidariser les uns des autres. Ces fractures sont les plus irrémédiables. À coup de crises répétitives, le travail commun qui a duré quarante ans ne pourra plus survivre. Un dernier point, il ne faut pas rester à la merci des alliés et de leurs intérêts changeant dans la région.

Deuxièmement, concernant le volet numérique et médiatique, en lien toujours avec ce que nous venons de mentionner plus haut, il ne faut pas sous-estimer l'impact de la mémoire du numérique : une fois publié, mis en ligne les traces restent à vie. Ces traces en temps de paix après de telles crises, sont comme les plaies ouvertes figeant ainsi les tensions, même si elles passent en arrière-plan, elles sont toujours là. Une fois les réseaux sociaux mobilisés dans une guerre numérique, en temps de paix il faut savoir que ce n'est plus un vieux journal dans des archives oubliées. Ceci sans aucun doute crée un climat non équilibré menaçant ainsi toute démarche démocratique dans cette zone. Cette thèse n'est pas la première qui met la lumière sur les RSN, il ne faut surtout pas ignorer l'importance d'accompagner l'évolution temporelle de ces derniers, d'études sérieuses, longues et plus techniques pour voir l'impact de ceux-ci sur la vie sociale, dans différentes zones géographiques du monde.

Dernièrement, l'importance de l'humour et de la dérision n'est pas moindre que des lanceurs d'alerte dans une démocratie, alors dans cette zone il est vital de préserver un environnement

propice à la créativité et fournir la protection aux humoristes qui sont dans le besoin de plus de liberté d'expression.

Bibliographie et ressources

Autour de la crise diplomatique de CCEAG (2017-2021)

Par Bernard Boëne, ‘A.F.K. Organski et l’école de la “transition de la puissance”’, 2018, 35; Nabil Mouline, ‘Arabie Saoudite: une nouvelle diplomatie religieuse?’, *Politique étrangère*, Printemps.1 (2020), 43–55;

‘About’, *Representative Ilhan Omar*, 2012 <<http://omar.house.gov/about>> [accessed 22 January 2023];

Agnès Levallois, ‘Avant-propos’, *Confluences Méditerranée*, 84.1 (2013), 9–15 <<https://doi.org/10.3917/come.084.0009>>; ‘Choc pétrolier’, *Wikipédia*, 2022 <https://fr.wikipedia.org/w/index.php?title=Choc_p%C3%A9trolier&oldid=196724837> [accessed 8 January 2023];

‘Donald Trump annonce le retrait des Etats-Unis de l’accord sur le nucléaire iranien’, *Le Monde.fr*, 8 May 2018 <https://www.lemonde.fr/ameriques/article/2018/05/08/donald-trump-annonce-le-retrait-des-etats-unis-de-l-accord-sur-le-nucleaire-iranien_5296297_3222.html> [accessed 22 January 2023];

Jérôme Lavandier, ‘Crise entre pétromonarchies du golfe Persique : une recomposition des solidarités alimentaires arabes?’, *Confluences Méditerranée*, 108.1 (2019), 167–78 <<https://doi.org/10.3917/come.108.0167>>;

Patrick Wintour and Patrick Wintour Diplomatic editor, ‘Donald Trump Tweets Support for Blockade Imposed on Qatar’, *The Guardian*, 6 June 2017, section World news <<https://www.theguardian.com/world/2017/jun/06/qatar-panic-buying-as-shoppers-stockpile-food-due-to-saudi-blockade>> [accessed 19 January 2023];

‘Éditorial’, *Politique étrangère*, Printemps.1 (2020), 5–8; Axelle Choffat, ‘Guerre Iran-Irak : résumé d’un conflit frontalier de 1980 à 1988’, 2021 <<https://www.linternaute.fr/actualite/guide-histoire/2533938-guerre-iran-irak-resume-d-un-conflit-frontalier-de-1980-a-1988/>> [accessed 3 January 2023];

‘En Iran, condamnation unanime après l’attaque de l’ambassade saoudienne’, *Le Monde.fr*, 4 January 2016 <https://www.lemonde.fr/proche-orient/article/2016/01/04/condamnation-unanime-en-iran-apres-l-attaque-de-l-ambassade-saoudienne_4841522_3218.html> [accessed 22 January 2023];

Suzi Mirgani, ‘Introduction: Art and Cultural Production in the GCC’, *Journal of Arabian Studies*, 7.sup1 (2017), 1–11 <<https://doi.org/10.1080/21534764.2017.1358939>>;

Dorothee Schmid, 'Le Golfe, de la géopolitique à la politique tout court', *Politique étrangère*, Printemps.1 (2020), 9–17; Dorothee Schmid, 'Le Golfe, de la géopolitique à la politique tout court', *Politique étrangère*, Printemps.1 (2020), 9–17;

Gilles Kepel, 'Le nœud gordien des États arabes du Golfe', *Pouvoirs*, n° 152.1 (2015), 9–24; Hugo Le Picard, 'Les économies du Golfe et la transition énergétique. Vers une ère post-pétrolière?', *Politique étrangère*, Printemps.1 (2020), 19–31;

Emma Soubrier, 'Les Émirats arabes unis à la conquête du monde?', *Politique étrangère*, Printemps.1 (2020), 57–66; Salem al-Jabir Sabah, *Les Émirats Du Golfe: Histoire d'un Peuple* (Paris: Fayard, 1980);

Haim Malka, 'Maghreb-Gulf Arab Ties Since the GCC Split', 8; 'Losing in Every Direction: The Arab Game of Thrones' <<https://www.csis.org/analysis/losing-every-direction-arab-game-thrones>> [accessed 18 June 2019]; Ghanim al-Najjar, 'Postface du Dr Ghanim al-Najjar', *Academique*, 2006, 313–15;

'Quelles sont les différences entre sunnites et chiïtes?', *Le Monde.fr*, 20 June 2014 <https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2014/06/20/au-fait-quelle-difference-entre-sunnites-et-chiïtes_4442319_4355770.html> [accessed 2 January 2023];

Gilles Kepel, 'Préface de Gilles Kepel', *Academique*, 2006, 19–21; 'Résolutions Adoptées Par Le Conseil de Sécurité En 1990 | Conseil de Sécurité Des Nations Unies' <<https://www.un.org/securitycouncil/fr/content/resolutions-adopted-security-council-1990>> [accessed 8 January 2023]; Rachid Chaker, 'Retour sur la crise du Golfe de 2017', *Politique étrangère*, Automne.3 (2017), 73–83 <<https://doi.org/10.3917/pe.173.0073>>

'Résolutions Adoptées Par Le Conseil de Sécurité En 1990 | Conseil de Sécurité Des Nations Unies' <<https://www.un.org/securitycouncil/fr/content/resolutions-adopted-security-council-1990>> [accessed 9 January 2023];

Abdallah Alshayj, *The Gulf Cooperation Council Crises: the root causes, mediation efforts and the future of the GCC Alliance: 2011-2018*, 1ere edn (Bairūt: ad-Dār al-ʿArabīya li-l-ʿUlūm Nāšīrūn, 2018);

Will Todman, 'The Gulf Scramble for Africa', 12; Glenn Herald Snyder, 'Trustees of Princeton University The Security Dilemma in Alliance Politics', 2010;

Mohammad Reza Farzanegan, 'The Impact of Oil Rents on Military Spending in the GCC Region: Does Corruption Matter?', *Journal of Arabian Studies*, 2019 <<https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/21534764.2018.1546938>> [accessed 8 November 2019];

TRT World [@trtworld], 'UPDATE: US President Donald Trump Weighs in on the Qatar Crisis, Saying His Recent Trip to the Middle East Was "Already Paying off" <https://t.co/3QXteoP7Pv>',

Twitter <<https://twitter.com/trtworld/status/872094060940599296/photo/1>> [accessed 19 January 2023];

TRT World [@trtworld], 'UPDATE: US President Donald Trump Weighs in on the Qatar Crisis, Saying His Recent Trip to the Middle East Was "Already Paying off" <https://t.co/3QXteoP7Pv>', Twitter <<https://twitter.com/trtworld/status/872064932254285825/photo/1>> [accessed 19 January 2023];

Les ressources en arabe

Arab Center', YouTube <<https://www.youtube.com/channel/UCmjtP6y9K13fz3sSFJm4UA>> 'المركز العربي' [accessed 7 December 2019];

' تحرير دولة الكويت-<https://www.gcc-sg.org/ar> sa/CooperationAndAchievements/Achievements/PoliticalAffairs/Majorachievementsinthefieldofforeign policy/Pages/Kuwaitliberated.aspx> [accessed 8 January 2023];

' تسلسل زمني لأحداث البحرين عام 2011 ' <<https://www.aljazeera.net/news/reportsandinterviews/2011/3/18/%d8%aa%d8%b3%d9%84%d8%b3%d9%84-%d8%b2%d9%85%d9%86%d9%8a-%d9%84%d8%a3%d8%ad%d8%af%d8%a7%d8%ab-%d8%a7%d9%84%d8%a8%d8%ad%d8%b1%d9%8a%d9%86-%d8%b9%d8%a7%d9%85-2011>> [accessed 11 January 2023];

عبدالله بشارة يكشف لـ 'سؤال مباشر' العقبات التي تواجه العمل الخليجي المشترك, dir. by AlArabiya العربية, 2021 <<https://www.youtube.com/watch?v=EBV2eO3OqXs>> [accessed 1 September 2022].

Autour du Qatar

Claire-Gabrielle Talon, 'Al Jazeera, objet médiatique original: Une critique des normes journalistiques occidentales', *Les Temps Modernes*, n° 664.3 (2011), 55 <<https://doi.org/10.3917/lm.664.0055>>;

Agnès Levallois, 'Avant-propos', *Confluences Méditerranée*, N° 84.1 (2013), 9 <<https://doi.org/10.3917/come.084.0009>>;

avec AFP, 'Coupe du monde 2022. Face aux critiques des pays européens, le Qatar contre attaque', *Ouest-France.fr*, 2022 <<https://www.ouest-france.fr/sport/coupe-du-monde/coupe-du-monde-2022-face-aux-critiques-des-pays-europeens-le-qatar-contre-attaque-fae3ece0-64be-11ed-8bba-48f8e6d55971>> [accessed 16 November 2022];

Andreas Krieg, *Divided Gulf: The Anatomy of a Crisis* (Springer, 2019); Karim Sader, 'Entre wahhabisme et marche forcée vers la modernité: Itinéraire d'un Qatar cultivant les paradoxes', *Confluences Méditerranée*, N° 84.1 (2013), 29 <<https://doi.org/10.3917/come.084.0029>>;

Gilles Kepel, 'IX. Qatar', *Folio Actuel*, 2016, 357–95; Hala Kodmani, 'L'implication du Qatar dans les révolutions arabes : stratégie d'influence ou OPA ?', *Confluences Méditerranée*, N° 84.1 (2013), 77 <<https://doi.org/10.3917/come.084.0077>>;

Tristan Mattelart, 'Le Tiers Monde à l'épreuve des médias audiovisuels transnationaux : 40 ans de controverses théoriques', in *La mondialisation des médias contre la censure*, by Tristan Mattelart (De Boeck Supérieur, 2002), p. 17 <<https://doi.org/10.3917/dbu.matte.2002.01.0017>>;

'Qatar : Au pays des mille et une ruses', *FranceTvPro.fr* <<https://www.francetvpro.fr/contenu-de-presse/42933865>> [accessed 16 November 2022];

Sonia LABESSE, 'Télévision. Qatar, au pays des mille et une ruses : un émirat si petit et si puissant', *Ouest-France.fr*, 2022 <<https://www.ouest-france.fr/monde/qatar/television-qatar-au-pays-des-mille-et-une-ruses-un-emirat-si-petit-et-si-puissant-9c424446-6114-11ed-bee7-098315387626>> [accessed 16 November 2022];

Ahmed Al-Rawi, 'The Gulf Information War| Cyberconflict, Online Political Jamming, and Hacking in the Gulf Cooperation Council', *International Journal of Communication*, 13 (2019), 22;

Marc Owen Jones, 'The Gulf Information War| Propaganda, Fake News, and Fake Trends: The Weaponization of Twitter Bots in the Gulf Crisis', *International Journal of Communication*, 13 (2019), 27;

Marc Owen Jones, 'The Gulf Information War| Propaganda, Fake News, and Fake Trends: The Weaponization of Twitter Bots in the Gulf Crisis', *International Journal of Communication*, 13.0

(2019), 27; Sébastien Boussois, 'Un an après le début de la crise du Golfe, la résilience du Qatar a payé', *Les Cahiers de l'Orient*, 132.4 (2018), 187–220 <<https://doi.org/10.3917/lcdlo.132.0187>>.

Autour de la Cybersécurité

‘Al-Jazeera Journalists Hacked Using Israeli Firm’s Spyware’

<<https://www.aljazeera.com/news/2020/12/21/al-jazeera-journalists-hacked-by-spyware-sold-by-israeli-firm>> [accessed 18 January 2021]

‘Al-Jazeera Journalists “Hacked via NSO Group Spyware”’, *BBC News*, 21 December 2020, section Technology <<https://www.bbc.com/news/technology-55396843>> [accessed 18 January 2021]

Benoist, Hugo, ‘La guerre à l’heure des réseaux sociaux’, *Revue Defense Nationale*, N° 784.9 (2015), 53–57

Berthier, Thierry, ‘Hacktivisme : vers une complexification des cyberattaques’, *Revue Defense Nationale*, N° 784.9 (2015), 45–48

‘Cyberespionnage / FranceTerme / Ressources / Accueil - Culture.Fr’

<<http://www.culture.fr/franceterme/terme/JURI62>> [accessed 1 February 2023]

‘Donald Trump annonce le retrait des Etats-Unis de l’accord sur le nucléaire iranien’, *Le Monde.fr*, 8 May 2018 <https://www.lemonde.fr/ameriques/article/2018/05/08/donald-trump-annonce-le-retrait-des-etats-unis-de-l-accord-sur-le-nucleaire-iranien_5296297_3222.html> [accessed 22 January 2023]

‘Elon Musk Puts Twitter Deal on Hold over Fake Account Details’, *BBC News*, 13 May 2022, section Business <<https://www.bbc.com/news/business-61433724>> [accessed 1 February 2023]

Goud, Naveen, ‘US FBI Helps Qatar Solve Cyber Attack Incident of Qatar News Agency!’, *Cybersecurity Insiders*, 2018 <<https://www.cybersecurity-insiders.com/us-fbi-helps-qatar-solve-cyber-attack-incident-of-qatar-news-agency/>> [accessed 1 February 2023]

‘Hackers Leak Emails from UAE Ambassador to US’

<<https://www.aljazeera.com/news/2017/6/4/hackers-leak-emails-from-uae-ambassador-to-us>> [accessed 1 February 2023]

Jilani, Zaid, Ryan Grim June 3 2017, and 3:54 P.m, ‘Hacked Emails Show Top UAE Diplomat Coordinating With Pro-Israel Think Tank Against Iran’, *The Intercept* <<https://theintercept.com/2017/06/03/hacked-emails-show-top-uae-diplomat-coordinating-with-pro-israel-neocon-think-tank-against-iran/>> [accessed 1 February 2023]

Parvez, Zarqa, ‘Youth And Social Media In Gcc Changing Trends In Communication, Social Participation And Identity’

Sibony, Laura, ‘Les réseaux sociaux transforment-ils la guerre ?’, *Revue Défense Nationale*, 784.9 (2015), 49–52 <<https://doi.org/10.3917/rdna.784.0049>>

‘Social bots : la technologie derrière les fake news’, *IONOS Digital Guide*, 2022
<<https://www.ionos.fr/digitalguide/web-marketing/les-media-sociaux/social-bots/>> [accessed 1 February 2023]

‘Someone Is Using These Leaked Emails To Embarrass Washington’s Most Powerful Ambassador’, *HuffPost*, 2017 <https://www.huffpost.com/entry/otaiba-ambassador-uae-leaked-emails_n_5932bf04e4b02478cb9bec1c> [accessed 1 February 2023]

‘The Great IPwn: Journalists Hacked with Suspected NSO Group IMessage “Zero-Click” Exploit’, *The Citizen Lab*, 2020 <<https://citizenlab.ca/2020/12/the-great-ipwn-journalists-hacked-with-suspected-nso-group-imessage-zero-click-exploit/>> [accessed 18 January 2021]

Les ressources en arabe

‘التجسس على الصحفيين.. السلاح الجديد للأنظمة’, *معهد الجزيرة للإعلام*
<<http://institute.aljazeera.net/ar/ajr/article/1343>> [accessed 18 January 2021]

‘المركز الإحصائي الخليجي - التبادل التجاري بين دول مجلس التعاون الخليجي و جمهورية تركيا ’
<<https://www.gccstat.org/ar/statistic/publications/foreign-trade-exchange-between-gcc-and-republic-of-turkey>> [accessed 18 January 2021]

Autour de la propagande:

'La Propagande' <<https://www.jacques-ellul.org/les-grands-themes/propagande-communication-information>> [accessed 9 February 2022];

Étienne F. Augé, 'Les acteurs de la propagande', in *Petit traité de propagande*, Culture & Communication (Louvain-la-Neuve: De Boeck Supérieur, 2007), pp. 37–98 <<https://www.cairn.info/petit-traite-de-propagande--9782804155803-p-37.htm>> [accessed 26 June 2022];

Florian Dauphin, 'Les Fake News au prisme des théories sur les rumeurs et la propagande', *Etudes de communication*, n° 53.2 (2019), 15–32;

Les ressources en arabe

, dir. by AlQabas TV, 2022 معالي الشيخ حمد بن جاسم آل ثاني يتحدث عن أزمة 1994 بين الكويت وقطر <<https://www.youtube.com/watch?v=bEGcPqMfW1s>> [accessed 7 August 2022].

Autour d'Aljazeera

Hadrien Mathoux, “‘AJ+ français’ : quand la propagande du Qatar se cache derrière un progressisme féministe et LGBT”, 2018 <<https://www.marianne.net/medias/aj-francais-quand-propagande-qatar-cache-derriere-progressisme-feministe-lgbt>> [accessed 2 September 2021];

‘Al-Jazeera and U.S. Foreign Policy: What WikiLeaks’ U.S. Embassy Cables Reveal about U.S. Pressure and Propaganda | MR Online’, 1970 <<https://mronline.org/2011/09/22/al-jazeera-and-u-s-foreign-policy-what-wikileaks-u-s-embassy-cables-reveal-about-u-s-pressure-and-propaganda/>> [accessed 28 July 2021];

Haydar Badawi Sadig, *Al-Jazeera in the Gulf and in the World: Is It Redefining Global Communication Ethics?*, 1st ed. 2019 édition (Palgrave Macmillan, 2019);

‘Al-Jazeera Turning into Private Media Organisation’ <<https://gulfnews.com/world/gulf/qatar/al-jazeera-turning-into-private-media-organisation-1.837871>> [accessed 2 February 2021];

‘Al Jazeera, le déclin de la CNN du monde arabe’, *Les Echos*, 2020 <<https://www.lesechos.fr/tech-medias/medias/la-chaine-dinformation-al-jazeera-joue-sa-survie-1165846>> [accessed 8 October 2020];

Claire-Gabrielle Talon, ‘Al Jazeera, objet médiatique original’, *Les Temps Modernes*, n° 664.3 (2011), 55–62; Claire-Gabrielle Talon, *Al Jazeera: Liberté d’expression et Pétromonarchie*, Proche Orient / Presses Universitaires de France, 1. ed (Paris: Presses universitaires de France, 2011);

Tarek Cherkaoui, ‘Al Jazeera’s Changing Editorial Perspectives and the Saudi-Qatari Relationship’, *The Political Economy of Communication*, 2.1 (2014) <<https://www.polecom.org/index.php/polecom/article/view/28>> [accessed 19 August 2021];

Barah Mikail, ‘Al-‘Alam’, *Confluences Mediterranee*, N°69.2 (2009), 113–25; Kamal Kajja, ‘Al-Jazeera, phénomène ou leurre ?’, *Herodote*, n° 133.2 (2009), 152–65; ‘BBC - Press Office - BBC Arabic Television News Channel Launches Today’ <http://www.bbc.co.uk/pressoffice/pressreleases/stories/2008/03_march/11/arabic.shtml> [accessed 27 January 2021];

Jana Jabbour, ‘An Illusionary Power of Seduction?. An Assessment of Turkey’s Cultural Power in the Arab World in Light of Its Audio-Visual Presence in the Region’, *European Journal of Turkish Studies. Social Sciences on Contemporary Turkey*, 21, 2015 <<https://doi.org/10.4000/ejts.5234>>;

Reuters Staff, 'BBC Launches Arabic Television Service', *Reuters*, 11 March 2008 <<https://www.reuters.com/article/us-bbc-arabic-idUSL1127664620080311>> [accessed 27 January 2021];

'BBC vs RT: Media Wars, Diplomacy and Owing the Message' <<https://www.lowyinstitute.org/the-interpreter/bbc-vs-rt-media-wars-diplomacy-and-owning-message>> [accessed 28 January 2021];

'CCTV Launches Arabic International Channel CCTV-International' <<http://www.cctv.com/program/newshour/20090724/104693.shtml>> [accessed 27 January 2021];

Associated Press, 'China Launches Arabic-Language TV Channel', *The Guardian*, 2009 <<http://www.theguardian.com/world/2009/jul/26/china-arabic-tv-channel>> [accessed 27 January 2021];

'Code of Ethics' <<https://www.aljazeera.com/aboutus/2006/11/2008525185733692771.html>> [accessed 30 May 2020]; Deutsche Welle (www.dw.com), 'Deutsche Welle Annual Report | DW | 09.11.2021', *DW.COM* <<https://www.dw.com/en/deutsche-welle-annual-report/a-3530526>> [accessed 26 August 2022];

'Editorial Standards', *Al-Jazeera Media Network* <<http://network.aljazeera.com/about-us/our-values/standards>> [accessed 11 November 2020]; 'Fixed Broadband Subscriptions (per 100 People) | Data' <<https://data.worldbank.org/indicator/IT.NET.BBND.P2?view=map>> [accessed 31 August 2021];

'France 24 : l'investissement gagnant de TF1', *Télérama* <<https://www.telerama.fr/television/france-24-l-investissement-gagnant-de-tf1,36523.php>> [accessed 27 January 2021];

'Gatekeeping Theory', *Mass Communication Theory*, 2018 <<https://masscommtheory.com/theory-overviews/gatekeeping-theory/>> [accessed 11 November 2020];

Simon Ngono, 'GUAAYBESS, Tourya, 2019. Les médias dans les pays arabes : des théories du développement contrariées aux politiques de coopération émergentes. London : ISTE Éditions. ISBN 978-1-78405-564-6', *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, 20, 2020 <<http://journals.openedition.org/rfsic/9698>> [accessed 27 May 2021];

Nathalie Pignard-Cheynel and Laura Amigo, 'Le chargé des réseaux socio- numériques au sein des médias', *Rezeaux*, n° 213.1 (2019), 139–72; Philip Seib, 'Hegemonic No More: Western Media, the Rise of Al-Jazeera, and the Influence of Diverse Voices',

International Studies Review, 7.4 (2005), 601–15 <<https://doi.org/10.1111/j.1468-2486.2005.00535.x>>; 'La nouvelle télévision arabe Al-Arabiya part à l'assaut d'Al-Jazira', *Le Monde.fr*, 14 March 2003 <<https://www.lemonde.fr/archives/article/2003/03/14/la-nouvelle->

television-arabe-al-arabiya-part-a-l-assaut-d-al-jazira_312918_1819218.html> [accessed 27 January 2021];

Alexandre Joux and Marc Bassoni, 'Le journalisme saisi par les Big Data? Résistances épistémologiques, ruptures économiques et adaptations professionnelles', *Les Enjeux de l'information et de la communication*, N° 19/2.2 (2018), 125–34;

Antoine Basbous, *Le Tsunami Arabe* (Paris: Fayard, 2011);

François Dufour, 'Les 100 mots du journalisme', *Que sais-je?*, 2018, 7–126; Tourya Gaaaybess, *Les Médias Arabes: Confluences Médiatiques et Dynamique Sociale* (Paris: CNRS, 2011);

Théo Corbucci, 'Les quatre vies d'Al Jazeera', *Geoeconomie*, n° 62.3 (2012), 89–96;

Noureddine Miladi, 'Médias en transition. Al-Jazira et le pouvoir de l'expression libre', *Questions de communication*, 8, 2005, 37–50 <<https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.3852>>;

'Mobile Cellular Subscriptions (per 100 People) | Data' <<https://data.worldbank.org/indicator/IT.CEL.SETS.P2?view=map>> [accessed 31 August 2021];

MANSOUR Dana, 'Pour une culture de la participation des publics : les stratégies médiatiques d'Al Jazeera. Étude sémiotique des vidéos promotionnelles et du site web participatif Sharek : Al-Jazeera face à la guerre de Gaza (2009) et aux révolutions arabes (2011)', 282;

'Projet de Loi de Finances Pour 2020 : Avances à l'audiovisuel Public : France Médias Monde et TV5 Monde' <<https://www.senat.fr/rap/a19-142-10/a19-142-104.html>> [accessed 28 January 2021];

'Qatar: Media Caught in Information Warfare | Reporters without Borders', *RSF* <<https://rsf.org/en/qatar>> [accessed 28 January 2021];

Qatar, l'offensive stratégique. (Paris: Choiseul, 2012); Nic Newman, 'Reuters Institute Digital News Report 2020', 112; 'Sky Enters Arabic News Market', 2012 <<https://www.ft.com/content/98d9d178-978c-11e1-83f3-00144feabdc0>> [accessed 27 January 2021]; SPJ, 'SPJ Code of Ethics - Society of Professional Journalists' <<https://www.spj.org/ethicscode.asp>> [accessed 27 May 2021];

'The "Al-Jazeera Effect": Arab Satellite Television and Public Opinion', *The Washington Institute* <<https://www.washingtoninstitute.org/policy-analysis/al-jazeera-effect-arab-satellite-television-and-public-opinion>> [accessed 2 February 2021]; 'Twitter Publish' <<https://publish.twitter.com/?query=https%3A%2F%2Ftwitter.com%2FAJArabic%2Fstatus%2F1421946340326662144&widget=Tweet>> [accessed 2 August 2021];

'UN Office of the Iraq Program - Oil for Food: About the Program' <<https://www.un.org/Depts/oip/background/scrsindex.html>> [accessed 13 February 2021];

‘UN Office of the Iraq Program - Oil for Food: About the Program’

<<https://www.un.org/Depts/oip/background/inbrief.html>> [accessed 13 February 2021];

‘What Wikileaks Tells Us About Al-Jazeera – Foreign Policy’

<<https://foreignpolicy.com/2011/09/19/what-wikileaks-tells-us-about-al-jazeera/>> [accessed 28 July 2021];

Les ressources en arabe

- YouTube’ <<https://www.youtube.com/>> [accessed 7 February 2021];
- YouTube’ <<https://www.youtube.com/>> [accessed 5 September 2021];
- YouTube’ قناة الجزيرة (65) Al-Jazeera Channel
<<https://www.youtube.com/c/aljazeera/community>> [accessed 5 September 2021];
- YouTube’ <<https://www.youtube.com/>> [accessed 5 September 2021];
- , dir. by Fadl Shaker, Majid al-Muhandis, Hussain Al Jassmi and more, 2017 *أغنية علم قطر*
<<https://www.youtube.com/watch?v=N6kNXS4SKsl>> [accessed 7 February 2021];
- , أمير الكويت: اقتحام مجلس الأمة “يوم أسود” في تاريخ البلاد *BBC News*, عربي 2011,
<https://www.bbc.com/arabic/middleeast/2011/11/111121_kuwait_parliament_emir> [accessed 2 February 2021];
- ‘الأمم المتحدة: 377 مليون نسمة سكان الوطن العربي من إجمالي 7.7 مليار في العالم - بوابة الشروق’
<<https://www.shorouknews.com/news/view.aspx?cdate=08072020&id=bda4590b-6c1e-4037-9ed1-3e076964708f>> [accessed 5 September 2021];
- ‘الجزيرة تستنكر حظر “سناپ شات” قناتها بالسعودية’ <<https://www.aljazeera.net/news/arabic/2017/9/18>> [accessed 1 September 2021];
- , dir. by AHMED ALRUBEI, 2013 *الدكتور أحمد الربيعي -الاتجاه المعاكس مع صلاح مختار*
<<https://www.youtube.com/watch?v=CRi3xCEuDIw>> [accessed 13 February 2021];
- ‘الجزيرة نت.. كيف ظهر؟ وما أبرز ملامح ريادة الإعلام الرقمي العربي-20’ <<https://interactive.aljazeera.com/aja/20-anniversary/index.html>> [accessed 25 August 2021];
- ‘السقطري مديرا جديدا لقناة الجزيرة الإخبارية’ <<https://www.aljazeera.net/news/arabic/2018/5/10>> [accessed 7 February 2021];
, dir. by Al-Jazeera *الجزيرة: العراق: اتفاقية النفط مقابل الغذاء نريفة لاستمرار الحصار 24/5/1999*
<<https://www.youtube.com/watch?v=B3WJq1S6zJA>> [accessed 13 February 2021];
- ‘الكويت تغلق مكتب قناة الجزيرة’ <<https://www.aljazeera.net/news/arabic/2010/12/13>> [accessed 2 February 2021];

'الكويت تقرر إغلاق مكتب قناة الجزيرة/ <<https://www.aljazeera.net/news/arabic/2002/11/3/>> [accessed 2 February 2021]; الجزيرة >

'المعايير التحريرية، شبكة الجزيرة الإعلامية <<http://network.aljazeera.com/ar/node/40071>> [accessed 2 September 2021];

'شبكة الجزيرة تؤسس قطاعا رقميا/ <<https://www.aljazeera.net/news/arabic/2016/6/15/>> [accessed 25 August 2021];

علم النفس السياسي و الإعلامي; political and media psychology, 2009; على مسئوليتي - قولوا قطر .. الجسمي ونجوم الامارات بوجهوا
الانذار أخير لنظام حمد وتميم 2017, dir. by Fadl Shaker, Majid al-Muhandis, Hussain Al Jassmi and more, 2017
<<https://www.youtube.com/watch?v=EfPeoDKcZe8>> [accessed 7 February 2021];

'قصتنا، شبكة الجزيرة الإعلامية <<http://network.aljazeera.com/ar/%D9%85%D9%86-%D9%86%D8%AD%D9%86/%D9%85%D8%AD%D8%B7%D8%A7%D8%AA-%D8%AA%D8%A7%D8%B1%D9%8A%D8%AE%D9%8A%D8%A9>> [accessed 2 September 2021];

قناة الجزيرة مباشر 'Instagram Photos and Videos' (@aljazeeraamubasher) <<https://www.instagram.com/p/CLPLjULnw9/>> [accessed 14 February 2021];

هذه قصة تأسيس الجزيرة <<https://www.youtube.com/watch?v=url6VFxv55g>> [accessed 7 August 2022];
، dir. by AIQabas TV, 2022
، dir. by AIQabas TV, 2022 [accessed 7 August 2022];
<<https://www.youtube.com/watch?v=url6VFxv55g>> [accessed 7 August 2022].

Autour des RSN:

- Instagram by the Numbers (2020): Stats, Demographics & Fun Facts’, 2020 <<http://www.omnicoreagency.com/instagram-statistics/>> [accessed 6 November 2020]
- Alejandro, Jennifer, ‘JOURNALISM IN THE AGE OF SOCIAL MEDIA’, 47
- Al-Kandari, Ali, Srinivas R. Melkote, and Ahmad Sharif, ‘Needs and Motives of Instagram Users That Predict Self-Disclosure Use: A Case Study of Young Adults in Kuwait’, *Journal of Creative Communications*, 11.2 (2016), 85–101 <<https://doi.org/10.1177/0973258616644808>>
- AlSharekh, Alanoud, ‘Social Media and the Struggle for Authority in the GCC’, *The Canadian Journal for Middle East Studies*, 1.2 (2016), 890
- Bastard, Irène, ‘Coder / décoder / recoder. La construction sociale de la réception des informations sur Facebook’, *Terminal. Technologie de l’information, culture & société*, 125–126, 2019 <<https://doi.org/10.4000/terminal.5292>>
- Beauvisage, Thomas, and Kevin Mellet, ‘Travailleurs du like, faussaires de l’e-réputation’, *Reseaux*, n° 197-198.3 (2016), 69–108
- Elareshi, Dr Mokhtar, *Social Media in the Arab World: Communication and Public Opinion in the Gulf States* <https://www.academia.edu/25797603/Social_Media_in_the_Arab_World_Communication_and_Public_Opinion_in_the_Gulf_States> [accessed 25 February 2020]
- ‘Facebook Buys Instagram for \$1bn: Full Statement by Mark Zuckerberg’, *The Guardian*, 9 April 2012, section Technology <<https://www.theguardian.com/technology/2012/apr/09/facebook-buys-instagram-mark-zuckerberg>> [accessed 7 June 2022]
- Francony, Jean-Marc, ‘L’éditorialisation des données aux bornes des API : enjeux et perspectives pour une analyse empirique’, *Les Enjeux de l’information et de la communication*, N° 19/2.2 (2018), 69–79
- Frier, Sarah, *No Filter: The inside Story of Instagram* (New York: Simon & Schuster, 2020)
- Gunter, Barrie, Mokhtar Elareshi, and Khalid Al-Jaber, *Social Media in the Arab World: Communication and Public Opinion in the Gulf States* (Bloomsbury Publishing, 2016)
- Harrison, Kevin, ‘John Oliver: Forging a New Type of Satire’, 8
- Hu, Yuheng, Lydia Manikonda, and Subbarao Kambhampati, ‘What We Instagram: A First Analysis of Instagram Photo Content and User Types’, 4

- Hurley, Zoe, 'Imagined Affordances of Instagram and the Fantastical Authenticity of Female Gulf-Arab Social Media Influencers', *Social Media + Society*, 5.1 (2019), 2056305118819241 <<https://doi.org/10.1177/2056305118819241>>
- 'Instagram: retour en force de la fake influence', *Siècle Digital*, 2020 <<https://siecledigital.fr/2020/01/27/instagram-retour-en-force-de-la-fake-influence/>> [accessed 15 May 2020]
- 'Instagram Users Worldwide 2023', *Statista* <<https://www.statista.com/statistics/183585/instagram-number-of-global-users/>> [accessed 11 November 2020]
- Jenaibi, Al, 'Use of Social Media in the United Arab Emirates: An Initial Study', 1.2, 26
- 'Latest Trends in Social Media across the Middle East Highlighted in New White Paper [Infographic]', *GO-Gulf*, 2020 <<https://www.go-gulf.com/latest-trends-in-social-media-across-the-middle-east-highlighted-in-new-white-paper-infographic/>> [accessed 11 November 2020]
- Lee, Eunji, Jung-Ah Lee, Jang Ho Moon, and Yongjun Sung, 'Pictures Speak Louder than Words: Motivations for Using Instagram', *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 18.9 (2015), 552–56 <<https://doi.org/10.1089/cyber.2015.0157>>
- Lu, Jia-Dai (Evelyn), and Jih-Syuan (Elaine) Lin, 'Exploring Uses and Gratifications and Psychological Outcomes of Engagement with Instagram Stories', *Computers in Human Behavior Reports*, 6 (2022), 100198 <<https://doi.org/10.1016/j.chbr.2022.100198>>
- Mercier, Arnaud, 'Partie 3. Hashtags : Tactiques de Partages et de Commentaires d'informations', in *#info : Commenter et Partager l'actualité Sur Twitter et Facebook*, ed. by Nathalie Pignard-Cheynel, Le (Bien) Commun (Paris: Éditions de la Maison des sciences de l'homme, 2017), pp. 87–129 <<http://books.openedition.org/editionsmslh/11090>> [accessed 18 May 2020]
- Pignard-Cheynel, Nathalie, and Laura Amigo, 'Le chargé des réseaux socio-numériques au sein des médias. Entre logiques gatekeeping, marketing et participative', *Réseaux*, 213.1 (2019), 139–72 <<https://doi.org/10.3917/res.213.0139>>
- Pittman, Matthew, and Brandon Reich, 'Social Media and Loneliness: Why an Instagram Picture May Be Worth More than a Thousand Twitter Words', *Computers in Human Behavior*, 62 (2016), 155–67 <<https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.084>>
- 'Poisoned Apple: The Curse of Social Media in the Gulf - ProQuest' <<https://search.proquest.com/docview/1752385356/D2F420D776B9419CPQ/13?accountid=27846>> [accessed 13 February 2020]
- Reyaee, Sulaiman, and Aquil Ahmed, 'Growth Pattern of Social Media Usage in Arab Gulf States: An Analytical Study', *Social Networking*, 04.02 (2015), 23–32 <<https://doi.org/10.4236/sn.2015.42003>>

Rusli, Evelyn M., 'Facebook Buys Instagram for \$1 Billion', *DealBook*, 1333991748 <[//dealbook.nytimes.com/2012/04/09/facebook-buys-instagram-for-1-billion/](https://dealbook.nytimes.com/2012/04/09/facebook-buys-instagram-for-1-billion/)> [accessed 7 June 2022]

Schomer, Audrey, 'Instagram Could Become an Increasingly Meaningful News Distribution Platform', *Business Insider* <<https://www.businessinsider.com/instagram-could-be-untapped-news-distribution-platform-2019-9>> [accessed 11 November 2020]

'Social Media and the Spiral of Silence: The Case of Kuwaiti Female Students' Political Discourse on Twitter - ProQuest' <<https://search.proquest.com/docview/1702279479/154FA50082C24833PQ/2?accountid=27846>> [accessed 13 February 2020]

Wagner, Kurt, 'Here's Why Facebook's \$1 Billion Instagram Acquisition Was Such a Great Deal', *Vox*, 2017 <<https://www.vox.com/2017/4/9/15235940/facebook-instagram-acquisition-anniversary>> [accessed 7 June 2022]

'What Arabs Share on Social Media [Infographic]', *GO-Gulf*, 2015 <<https://www.go-gulf.com/what-arabs-share-social-media/>> [accessed 11 November 2020]

‘صحافة “اللحظة” على إنستغرام.. سمات خاصة وسرديات جديدة | معهد الجزيرة للإعلام’ <<https://institute.aljazeera.net/ar/ajr/article/1269>> [accessed 11 November 2020]

Autour de la dérision

‘Communication & langages 2016/1 (N° 187)’, *Cairn.info* <<https://www-cairn-info.docelec-u-paris2.idm.oclc.org/revue-communication-et-langages1-2016-1.htm>> [accessed 20 September 2021]

‘Connectors in SeoTools for Excel’ <<https://seotoolsforexcel.com/connectors/>> [accessed 4 March 2020]

Dagnaud, Monique, ‘Partie 7 / Le lol (laughing out loud) sur le net un état d’esprit politique propre aux jeunes générations’, in *La politique au fil de l’âge*, Académique (Paris: Presses de Sciences Po, 2011), pp. 181–95 <<https://doi.org/10.3917/scpo.muxel.2011.01.0181>>

Danblon, Emmanuelle, ‘Crises rhétoriques, crises démocratiques’, *Questions de communication*, 12, 2007, 7–18 <<https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.2260>>

Delannoy, Fanny, ‘« GIFs, Mèmes et Autres Détournements : Comment Les Internauts Tournent-Ils En Dérision Les Candidats à La Présidentielle 2017 Sur Les Réseaux Socionumériques ? », Mémoire de Master 1 Mention Médias, Information et Communication, Sous La Direction d’Arnaud Mercier’ (université Paris 2 Assas, 2017)

Dodds, Klaus, and Philip Kirby, ‘It’s Not a Laughing Matter: Critical Geopolitics, Humour and Unlaughter’, *Geopolitics*, 18.1, 45–59

Duprat, Annie, ‘Iconologie historique de la caricature politique en France (du XVIIe au XXe siècle)’, *Hermès, La Revue*, 29.1 (2001), 23–32

Elliott Oring, *Engaging Humor*, Urbana, University of Illinois Press, 2003, p. 1.

Emmanuelle Danblon, ‘Emmanuelle Danblon, « Crises Rhétoriques, Crises Démocratiques », *Questions de Communication [En Ligne]*, 12 | 2007, Mis En Ligne Le 05 Avril 2012, Consulté Le 04 Décembre 2018. URL : [Http:// Journals.Openedition.Org/Questionsdecommunication/2260](http://Journals.Openedition.Org/Questionsdecommunication/2260) ; DOI : 10.4000/ Questionsdecommunication.2260’

Feuerhahn, Nelly, ‘La dérision, une violence politiquement correcte’, *Hermès, La Revue*, 29.1 (2001), 185–97

Greene, “‘Deplorable’ Satire: Alt-Right Memes, White Genocide Tweets, and Redpilling Normies’, *Studies in American Humor*, 5.1, 31

Horbauskienė, Jolita, ‘Comedy for Dinner – and Other Dishes’, in *Humor in Young Democracy: Functions and Applications*, 1st edn (IEF, 2019), pp. 95–106

- <https://www.academia.edu/39105697/Humor_in_young_democracy_functions_and_applications>
[accessed 25 February 2020]
- ‘Instaloader — Download Instagram Photos and Metadata’ <<https://instaloader.github.io/>> [accessed 4 March 2020]
- ‘[Instantgram]’ <<https://theus.github.io/instantgram/>> [accessed 4 March 2020]
- , ‘Register for NDI’s Annual Democracy Award Dinner with Special Guest Trevor Noah’, 2019 <<https://www.ndi.org/register-ndis-annual-democracy-award-dinner-special-guest-trevor-noah>> [accessed 7 June 2020]
- James E. Caron, ‘The Quantum Paradox of Truthiness: Satire, Activism, and the Postmodern Condition’, *American Humor Studies Association, Penn State University Press*, 2.2 (2016), 153–81
- Kamalipour, Yahya R., *The U.S. Media and the Middle East: Image and Perception* (Greenwood Publishing Group, 1997)
- ‘La Bande Dessinée, Une Nouvelle Écriture de l’info’, *La Revue Des Médias* <<http://larevuedesmedias.ina.fr/la-bande-dessinee-une-nouvelle-ecriture-de-linfo>> [accessed 2 February 2022]
- Lambert, Frédéric, ‘La caricature comme objet de croyance’, *Communication langages*, N° 187.1 (2016), 23–30
- Le Breton, David, ‘Rires et malentendus’, *Hermès, La Revue*, 84.2 (2019), 179–86
- Lemonnier, Bertrand, ‘L’entrée en dérision’, *Vingtième Siècle. Revue d’histoire*, 98.2 (2008), 43–55 <<https://doi.org/10.3917/ving.098.0043>>
- Leroux, Pierre, ‘Le journalisme télévisé cible de la dérision : le journal de CANAL International’, *Hermès, La Revue*, 29.1 (2001), 91–99
- , ‘Philippe J. Maarek, Arnaud Mercier, dirs, 2017, la Présidentielle chamboule-tout. La communication politique au prisme du « dégagisme ». Paris, Éd. L’Harmattan, coll. Communication et civilisation, 2018, 290 pages’, *Questions de communication*, 34, 2018, 366–68
- Lohr, Steve, ‘New York Times’s Global Edition Is Ending Daily Political Cartoons’, *The New York Times*, 10 June 2019, section Business <<https://www.nytimes.com/2019/06/10/business/international-new-york-times-political-cartoons.html>> [accessed 8 January 2020]
- Lutaud, Bénédicte, ‘Liban: que va-t-il se passer après la démission de Saad Hariri?’, *Le Figaro.fr*, 2019 <<https://www.lefigaro.fr/international/liban-que-va-t-il-se-passer-apres-la-demission-de-saad-hariri-20191030>> [accessed 5 June 2020]

Mercier, Arnaud, 'Pouvoirs de la dérision, dérision des pouvoirs', *Hermès, La Revue*, 29.1 (2001), 9–18

———, 'Pouvoirs de la dérision, dérision des pouvoirs', *Hermès, La Revue*, 29.1 (2001), 9–18
<<https://doi.org/10.4267/2042/14482>>

Palacios Cristian, 'What We Talk About When We Talk About Humor. An Extensive Approach to the Phenomenon of Political Humor', *Comedy for dinner – and other dishes*, 2019, 62–73

Peifer, Jason T., 'Can We Be Funny? The Social Responsibility of Political Humor', *Journal of Mass Media Ethics*, 27.4, 263–76

Phillips-Anderson, Michael Andrew, 'A Theory Of Rhetorical Humor In American Political Discourse' (University of Maryland, 2007)

Rizk, Sibylle, 'Comment le premier ministre libanais Saad Hariri a été piégé chez les Saoud', *Le Figaro.fr*, 2017 <<https://www.lefigaro.fr/international/2017/11/13/01003-20171113ARTFIG00234-comment-hariri-a-ete-piege-chez-les-saoud.php>> [accessed 5 June 2020]

Serafim, Andreas, 'No Laughing Matter: Rhetorical Humour in Ancient and Contemporary Public Speaking.' (presented at the Classical Association Annual Conference 2015, University of Bristol, 2015), pp. 1–8
<https://www.academia.edu/10616074/No_Laughing_Matter_Rhetorical_Humour_in_Ancient_and_Contemporary_Public_Speaking> [accessed 22 May 2020]

Sironval, Margaret, 'L' image de Shéhérazade Dans Les Éditions Anglaises Des Mille et Une Nuits Au Xixe Siècle', in *Rêver d'Orient, Connaître l'Orient : Visions de l'Orient Dans l'art et La Littérature Britanniques*, ed. by Isabelle Gadoin and Marie-Élise Palmier-Chatelain, Signes (Lyon: ENS Éditions, 2014), pp. 57–76 <<http://books.openedition.org/enseditions/764>> [accessed 9 March 2020]

'The Gulf Crisis As Reflected In Editorial Cartoons', *MEMRI* <<https://www.memri.org/reports/gulf-crisis-reflected-editorial-cartoons>> [accessed 17 October 2019]

Ziv, Avner, *Personality and Sense of Humor* (Springer Pub. Co., 1984)

Resources en arabe autour de la derision :

'<%=pageTitle %>' <<http://www.annaharkw.com/annahar/Article.aspx?id=809120&date=04092018>>
[accessed 15 November 2019]

kw (46) 'المشاء - الكاريكاتير في الكويت .. من حنظلة إلى أبي قتادة' YouTube -
<<https://www.youtube.com/watch?v=RxKjYUBPCvA&list=PLy8rNiWab4JEZ4KE7oBxtL2rddRADWMzX&index=32&t=19s>> [accessed 11 December 2019]

|1972 أشهر فناني الكاريكاتير في لبنان: لا أحد يوجهني, 'جريدة القبس الإلكترونية' 2019 ,
<<https://alqabas.com/article/5693272-%D8%B5%D8%A7%D8%AF%D9%82-%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D9%83%D9%88%D9%8A%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%84%D9%85-%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%AD%D8%B1%D8%A8-%D9%81%D9%8A-%D9%81%D9%86-%D8%A7%D9%84%D9%83%D8%A7%D8%B1%D9%8A%D9%83%D8%A7%D8%AA%D9%8A%D8%B1>> [accessed 8 December 2019]

إباون, سعيد, 'الانسجام في كتابات الجاحظ بين مقام العلم ومقام العمل, الخطاب' 72-247, (2019) 14.1 ,
> الإبراهيم, بدر, 'المسرح السياسي في الخليج' <<https://www.alaraby.co.uk/opinion/2017/2/5/>> , alaraby <<https://www.alaraby.co.uk/opinion/2017/2/5/>> [accessed 6 October 2019]

غلام د. إبراهيم عبدالله, 'المسرح و التغيير الاجتماعي في الخليج العربي دراسة في سوسيولوجيا التجربة في المسرحية في الكويت و البحرين' (الكويت: عالم المعرفة- المجلس الأعلى للفنون و الآداب, 1986)

'الثقافة في الكويت' <https://www.goodreads.com/work/best_book/15806032----> [accessed 15 December 2019]

الخبر, كتب and, لافي الشمري, 'معرض الكتاب ناقش دور «الأدب الساخر» في إحداث التغيير'
<<http://www.aljarida.com/articles/1462372958429936600/>> [accessed 31 July 2019]

<<https://www.youtube.com/watch?v=tXr4J0qxDj4>> [accessed 15 November 2019] - الجزء 15 الصندوق الأسود: عبدالله النفيسي

, dir. by Heartfelt Songs, 2021 <<https://www.youtube.com/watch?v=TS2SBgNAFuI>> الكاريكاتير في الخليج العربي [accessed 25 May 2021]

'الكاريكاتير في العراق.. تنويرٌ مكبوت بفوضى الخطّ الأحمر وتيجان الرؤوس' <<https://www.nasnews.com/2222222222222222-2/>> [accessed 13 October 2019]

'المجلس الوطني للثقافة والفنون الأداب. الأدب الساخر في الخليج العربي ضمن النشاط المصاحب لمعرض الكويت للكتاب'
<<https://www.nccal.gov.kw/%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%AF%D8%A8-%D8%A7%D9%84%D8%B3%D8%A7%D8%AE%D8%B1-%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%AE%D9%84%D9%8A%D8%AC-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%B1%D8%A8%D9%8A-%D8%B6%D9%85%D9%86-%D8%A7%D9%84%D9%86%D8%B4%D8%A7%D8%B7-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B5%D8%A7%D8%AD%D8%A8-%D9%84%D9%85%D8%B9%D8%B1%D8%B6-%D8%A7%D9%84%D9%83%D9%88%D9%8A%D8%AA-%D9%84%D9%84%D9%83%D8%AA%D8%A7%D8%A8>> [accessed 31 July 2019]

'تصعيد سعودي جديد بـ"كاريكاتير" مهين لأمير الكويت - الشبكة العربية', 2019
<https://www.arabnn.net/Section_4/%D8%B4%D8%A4%D9%88%D9%86-

<https://www.annaharkw.com/annahar/Article.aspx?id=809120&date=04092018> [accessed 1 September 2019]

‘جريدة النهار :: ثقافة :: الرقابة في معرض الكتاب.. صدام كل عام! :: شريف صالح :: 2018/09/04’
<<http://www.annaharkw.com/annahar/Article.aspx?id=809120&date=04092018>> [accessed 15 November 2019]

‘شبكة الثريا’ (@althurya.News) • Instagram Photos and Videos
<<https://www.instagram.com/p/CPiBcnlnXqo/>> [accessed 31 May 2021]

‘كاريكاتير ناجي العلي’, ‘جريدة القيس الإلكتروني’ <<https://alqabas.com/section/64676-كاريكاتير-ناجي-العلي>> [accessed 8 December 2019]

‘مجزرة الكتب’ الكويتية.. مثقفون يشكون, ‘قناة الحرة’ <<https://www.alhurra.com/a/منع-460652>> [accessed 15 November 2019]

‘مجلة الفكاهة’, ‘ويكيبيديا 2019’,
<https://ar.wikipedia.org/w/index.php?title=%D9%85%D8%AC%D9%84%D8%A9_%D8%A7%D9%84%D9%81%D9%83%D8%A7%D9%87%D8%A9&oldid=37323491> [accessed 6 October 2019]

‘مجلة الفكاهة وجريدة البلاهة .. دراسة لفترة نادرة من تاريخ مصر’ <<https://middle-east-online.com/%D9%85%D8%AC%D9%84%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D9%81%D9%83%D8%A7%D9%87%D8%A9-%D9%88%D8%AC%D8%B1%D9%8A%D8%AF%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%A8%D9%84%D8%A7%D9%87%D8%A9-%D8%AF%D8%B1%D8%A7%D8%B3%D8%A9-%D9%84%D9%81%D8%AA%D8%B1%D8%A9-%D9%86%D8%A7%D8%AF%D8%B1%D8%A9-%D9%85%D9%86-%D8%AA%D8%A7%D8%B1%D9%8A%D8%AE-%D9%85%D8%B5%D8%B1>> [accessed 6 October 2019]

‘محاضرة نظرة إلى الأدب الساخر في الخليج العربي ماله وما عليه 24 نوفمبر 2013’ - YouTube
<<https://www.youtube.com/watch?v=Cu3U-BlgqTc>> [accessed 31 July 2019]

‘منشور | ماذا تعرف عن الكاريكاتير السعودي?’ <<https://manshoor.com/art/saudi-caricature-history/>> [accessed 17 October 2019]

‘نوادير وظرفاء العرب’ <<https://www.alanba.com.kw/news/223029/30-08-2011-نوادير-وظرفاء-العرب>> [accessed 6 October 2019]

Tables des tableaux:

Tableau 1 chaîne s d'information en continue en langue arabe.....	42
Tableau 2 traduction de la capture d'écran figure 11	62
Tableau 3 information générale concernant les différents profils d'Al-Jazeera (juin 2021)	67
Tableau 4 traduction des titre d'épisodes d'émissions traitant de la crise figure 25	80
Tableau 5 traduction des titres de l'émission "la direction inverse" de la figure 26	81
Tableau 6 traduction des titres du panel de discussion durant le treizième volet du forum d'Al-jazeera. .	84
Tableau 7 placement du Koweït au quatrième rang, représentation du public présent sur la plateforme ayant effectuée des recherches après avoir été exposé à des publicités sur Instagram.....	90
Tableau 8 Publications sur le compte Instagram d'Al-Jazeera liées à la crise de 2017	98
Tableau 9 les courants théoriques qui étudient la dérision.....	111
Tableau 10 les différents comptes d'Al-Jazeera sur Instagram	149
Tableau 11 données exploitables des comptes Instagram des différents médias arabes.	151
Tableau 12: Tableau de la déontologie suivie par AL-Jazeera	187

Table des figures

Figure 1 le logo de CCEAG où il est noté en arabe en bas de la carte des six pays membres et en haut il est noté au nom de dieu miséricorde	12
Figure 2 carte du monde musulmans montrant le clivage sunnite chiite. Publiée par le monde le 20 juin 2014.	15
Figure 3 l'ensemble des résolutions du conseil de sécurité de l'ONU en 1990 dont sept résolutions consacrées au Koweït.....	17
Figure 4 articles 2-3 de la résolution 678 de conseil de sécurité des nations unies permettant l'usage de force militaire contre l'Irak.	17
Figure 5 un aperçu des tweets de Donald Trump accusant le Qatar de financer le terrorisme.....	22
Figure 6 Ilhan Omar.....	25
Figure 7 'la direction opposée' émission qui a traité la thématique liée à l'Irak et au programme pétrole contre nourriture	49

Figure 8 capture d'écran compte Instagram d'Al-Jazeera Mubasher anniversaire de la frappe militaire américaine ou 408 civils ont périés	50
Figure 9 capture d'écran effectuée le 23-03-2023 de l'article de presse intitulé la France rappelle son ambassadeur de la Turquie suite à la remise en question de la santé mental de Macron par Erdogan ...	56
Figure 10 Dr. Ayed Almanae participant au débat de l'émission « I a Direction Inverse » intitulé l'Arabie saoudite est -elle la gardien d'Israël dans la région?	57
Figure 11 capture d'écran réalisé le 25-08-2021 « <i>les moments phares des 20 ans d'Al-Jazeera en ligne</i> »	62
Figure 12 capture d'écran compte Snapchat suspendu d'Al-Jazeera ou on voit le nombre d'abonnés et la dernière publication remonte à 2020.....	64
Figure 13 la page Instagram d'Al-Jazeera où le code couleurs ainsi que les thématiques les moins sérieux côtoient les plus sérieux à titre d'exemple la première image de gauche est un fabricant de poupées et plus loin on parle du régime iranien. (21-06-2021)	66
Figure 14 capture d'écran du 5 septembre 2021 de la chaîne YouTube d'Al-Jazeera où on peut voir le texte original de la présentation de la chaîne en Arabe.	70
Figure 15 les pages d'accueil des comptes d'Al-Jazeera sur Twitter et Facebook le 27-07-2021	71
Figure 16 page d'accueil compte Instagram d'Al-Jazeera on y voit le logo, le nom du compte et l'absence de référence à la chaîne télévisuelle et à la fête de Aid alAdha.	72
Figure 17 la synchronisation entre la page d'accueil de Facebook à gauche et Twitter à droite pour le même reportage le 28-07-2021.....	73
<i>Figure 18 le hashtag portant le nom de l'émission montre plusieurs tweets dans différentes catégories, on voit l'étendue qu'Al-Jazeera fait autour de ce sujet.</i>	<i>73</i>
Figure 19 capture d'écran effectuée le 3-8-2021 où on voit le même film « The Misfits » dont le titre traduit en Arabe publié sur Instagram Tv on voit sur l'image de gauche le sous-titre en Arabe où le héros demande qu'on appelle l'ambassade du Qatar.....	74
Figure 20 la publication sur IGTV qui dure 3 minutes et 37 secondes sur le film Hollywoodien produit par les Émirats Arabes Unis.....	75
Figure 21 participation de l'Emir du Qatar a la cérémonie d'anniversaire d'Al-Jazeera novembre 2017..	78
Figure 22 la 22 ^{eme} cérémonie d'anniversaire d'Al-Jazeera, le directeur Qatari de la chaîne	78
Figure 23 la 23 ^{eme} cérémonie de l'anniversaire d'Al-Jazeera le directeur exécutive cheik Hamad Althani inaugure la cérémonie	79
Figure 24 Un documentaire sur le coup d'État de 1996 sur 2 épisodes	79

Figure 25 la Récolte quatre épisodes consacrés à la crise de 2017 dont les titres sont captivants mais non neutres.....	80
Figure 26 le talk-show (Al -Itijah Almouaakis) la direction inverse	81
Figure 27 'la suite de l'histoire 'le parcours et le défi actuel du CCG (traduit par nos soins), émission qui traite la continuité de CCG après cette crise	82
Figure 28 chanson émirienne 'dites au Qatar' de ne pas dépasser les dangereuses limites	82
Figure 29 chanson saoudienne 'apprenez au Qatar'	83
Figure 30 émission sans frontière le reflet de la crise sur la dérision politique au Golfe	83
Figure 31 le forum d'Al-Jazeera panel consacré à l'étude de la crise de 2017	84
Figure 32 "What Arabs share on social media" : Ce que les Arabes partagent sur les RSN en 2015	93
Figure 33une nette avance de la consommation de l'information (news) sur les réseaux sociaux numérique. rapport de 2020.	94
Figure 34 statistique montrant l'évolution de la consommation de l'information (news) par la jeunesse arabe de 2015 jusqu'à 2020 face à d'autres media	94
Figure 35 statistiques de la population du monde arabe selon LE FOND UNFPA Des Nations - Unis.....	96
Figure 36 program de stages proposées en 2023 par l'institut de media d'Aljazeera. Capture d'écran effectuée le 27.03.2023	109
Figure 43 : L'homme, à gauche, en costume avec des drapeaux est un ambassadeur venu influencer le propriétaire (bourgeois) d'un journal pour essayer d'embellir la politique de son pays dans la région. .	136
Figure 44 : L'Assemblée Nationale où le ministre (en bleu) critique le rôle des médias qui mettent le gouvernement dans l'embarras envers des pays voisins, et les représentants de l'opposition de l'époque et quelques fragments de la société. Une double critique destinée au gouvernement et à l'Assemblée Nationale.....	137
Figure 46 : Pièce de théâtre « L'épée des arabes » « سيف العرب »	139
Figure 47 : Aperçu du compte Instagram Al-Jazeera, Mubasher 9-03-2020.....	147
Figure 57 : La vidéo publiée le 23-05-2018 intitulée « Le blocus contre le voisin »	162
Figure 58 : Donald Trump qui fait usage de Twitter au début de la crise	163