

**Université Panthéon-Assas école doctorale de Sciences économiques et de gestion, Sciences de l'Information et de la Communication (ED 455)**

Thèse de doctorat en Sciences de l'Information et de la Communication

**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)**



**MANSOUR Dana**

Sous la direction de m. Frédéric LAMBERT, Professeur en Sciences de l'Information et de la Communication, Université Paris 2

**Membres du jury :**

- Mme. Jocelyne Arquembourg, Professeure en Sciences de l'Information et de la Communication, Université Paris 3
- Mme. Isabelle Garcin-Marrou, Professeure en Sciences de l'Information et de la Communication, Sciences Po Lyon
- M. Frédéric Lambert, Professeur en Sciences de l'Information et de la Communication, Université Paris 2
- M. Tristan Mattelart, Professeur en Sciences de l'Information et de la Communication, Université Paris 2
- Mme. Adeline Wrona, Professeure en Sciences de l'Information et de la Communication, Université Paris 3

## Remerciements

Je n'oublierai jamais le jour où j'ai appris que M. Frédéric Lambert a accepté de diriger ma thèse. J'étais en Palestine, pleine de rêves de pouvoir revenir en France pour faire ma thèse. Aujourd'hui, ce rêve se concrétise grâce à vous. M. Lambert. Votre soutien, votre confiance en moi, vos commentaires et vos conseils m'ont guidé durant 5 ans.

Je voudrais aussi remercier les membres du jury pour le temps que vous mettrez dans la lecture de ce travail et pour votre présence le jour de ma soutenance.

Je tiens à remercier Madame Adeline Wrona qui a dirigé mon mémoire de Master 2 au CELSA.

Merci à l'*Université Paris 2*, à l'Institut français de presse, au laboratoire *CARISM*, c'est ici que j'ai appris à faire une étude sémiotique.

L'*Université An Najah*, le consulat général de France à Jérusalem, vous avez soutenu et financé ma thèse pendant trois ans.

À ma mère qui a toujours cru en moi, qui m'a soutenue quand certains doutaient.

À mon père que j'aimerai toujours.

À Lina, à Ghassan, à Lama et à Ahmad.

## Résumé

La coproduction de l'information avec le téléspectateur arabe a toujours été la ligne éditoriale directive qui distinguait la chaîne qatarie *Al Jazeera* depuis sa création en 1996. Au fil des années, la recette a payé ses fruits faisant d'*Al Jazeera* la chaîne d'information internationale la plus regardée dans le monde arabe. Le choix stratégique de la chaîne de faire du spectateur arabe, longtemps marginalisé dans les médias, un allié s'explique par une recherche de légitimité, de la part de son émir Hamad ben Khalifa al-Thani notamment après le coup d'état contre son père en 1995. Néanmoins, vouloir se séparer de l'ancien régime impose des changements de fond, chose qui se voit clairement sur *Al Jazeera* par rapport à d'autres médias. Avec les premiers débats politiques sur la chaîne, le statut du spectateur arabe change radicalement. Il devient acteur et y participe avec ses questions et ses commentaires au prix d'un simple appel téléphonique. Mais en même temps, *Al Jazeera* devient l'ennemi des régimes arabes. Peu à peu, la chaîne qatarie gagne la confiance de beaucoup de téléspectateurs notamment durant sa couverture médiatique des crises majeurs dans le monde arabe à l'instar de la deuxième Intifada de 2000 et de l'offensive américaine contre l'Irak en 2003. Grâce à une couverture médiatique distincte de celle de ses confrères américains et européens, elle s'affirme en tant que chaîne d'information mondiale. L'année 2011 est un tournant majeur dans l'histoire de la chaîne. Dès le début des révoltes, elle s'active pour montrer les manifestations qui gagent rapidement les pays arabes. La guerre des régimes autocratiques déclarée contre *Al Jazeera* ne l'empêche pas de porter des nouveautés. Consciente des apports des nouveaux médias elle s'y adapte et donne les moyens au spectateur arabe pour participer à la coproduction et à la circulation de l'information. Les vidéos promotionnelles d'*Al Jazeera* sont un exemple concret. Par leur format court susceptible de voyager d'un support médiatique à un autre, elles deviennent un objet d'activisme médiatique. Quant à la plateforme numérique *Sharek*, sa création est la preuve la plus nette de la volonté de la chaîne d'impliquer le spectateur arabe dans la circulation et l'archivage de l'information.

Mots clés : *Al Jazeera*, arabisme, pluralisme, neutralité, circulation des objets médiatiques, témoignage, pratiques amateurs, promotion, vidéo, plateforme, *YouTube*, révolutions arabes, *Sharek*, Palestine, dispositif, Qatar, mémoire, archive, politique, sémiotique, nationalisme.

## Abstract

The co-production of information with the Arab viewer has always been the directive editorial line that distinguished the Qatari channel *Al Jazeera* since its creation in 1996. Over the years, the recipe has paid off, making *Al Jazeera* the most watched international news channel in the Arab world. The strategic choice of the channel to make the Arab spectator, long marginalized in the media, an ally is explained by a desire for legitimacy by the emir Hamad ben Khalifa al-Thani especially after the coup against his father in 1995. Nevertheless, cutting off from the old regime imposes substantial changes. With the first political debates on *Al Jazeera*, the status of the Arab viewer changes dramatically. They become actors and participate with their questions and comments at the cost of a simple phone call. But at the same time, *Al Jazeera* becomes the enemy of the Arab regimes. Over the years, the Qatari channel won the trust of many viewers, especially during its coverage of major crises in the Arab world, like the second Intifada in 2000 and the American invasion of Iraq in 2003. Through its media coverage from the ground in hot zones, it differentiates itself from other news channels. The year of 2011 was a major turning point in the history of the channel. From day one, *Al Jazeera* covered the rising demonstrations in the Arab countries. The declared war of autocratic regimes against *Al Jazeera* does not prevent it from covering stories. Aware of the contributions of digital media, the channel gives spectators the means to participate in the creation and circulation of information. The promotional videos of *Al Jazeera* are a concrete example. Through their short form which enables them to travel from one medium to another; they become an object of media activism. As for the digital platform *Sharek*, it shows how the channel involves the Arab spectator in the process of spreading and archiving information.

Keywords : *Al Jazeera*, arabism, pluralism, neutrality, spread of Information, Witness, amateur practices, promotion, video, platform, *YouTube*, Arab revolutions, *Sharek*, Palestine, dispositor, Qatar, memory, archive, politics, semiotics, nationalism.

## **Introduction générale : du spectateur au *spect-acteur* : un projet pour *Al Jazeera***

« *Aujourd’hui, nous sommes passés de l’étape du spectateur à l’étape du spect-acteur*<sup>1</sup> » annonce le directeur général d’*Al Jazeera* arabophone Yassir Abu Hilala, lors d’une interview diffusée sur la chaîne qatarie en août 2015. La question de la participation du public est centrale dans le discours de la chaîne. Elle transparait non seulement dans sa ligne éditoriale, mais elle est encore fortement présente dans les émissions, les programmes et les débats d’*Al Jazeera*. Inciter le spectateur arabe à participer à la création, à la diffusion et à la circulation de l’information est au centre des préoccupations de la chaîne qatarie depuis ses débuts, en 1996.

Au fil des années, et avec chaque nouvelle création médiatique de la chaîne, cette question se dessine, se cristallise et se précise. Cependant, depuis le déclenchement des révoltes dans le monde arabe en 2011, elle est devenue incontournable. Aujourd’hui, la participation des acteurs sociaux constitue le squelette et l’ossature de certaines émissions d’*Al Jazeera*. Ce phénomène a été grandement facilité par la transformation du paysage médiatique, avec l’avènement des nouvelles technologies numériques. Quelles sont les stratégies médiatiques et communicationnelles d’*Al Jazeera* pour fidéliser ses spectateurs, et les transformer en acteurs? Comment sa ligne éditoriale a-t-elle contribué à la création d’une culture de la participation du public ? Voici les problématiques qui guideront notre recherche dans ce travail de thèse.

Durant quatre semaines, entre décembre 2010 et janvier 2011, les tunisiens sont descendus dans les rues de Tunis, chaque jour, pour crier, chanter et réclamer justice et démocratie. Et pourtant, aucun média, qu’il soit national ou international, ne s’y est intéressé, à l’exception d’*Al Jazeera*. Bien que la chaîne ait été censurée par le régime de l’ex-président Zine el-Abidine Ben Ali, la voix de son correspondant à Tunis, Lutfi Hajji, a décrit la montée progressive et quotidienne de la colère populaire.

Dès lors, le public s’est massivement tourné vers *Al Jazeera*, seul média diffusant des images des insurrections, en direct et en continu. La révolution en Tunisie n’a pas été une exception. *Al Jazeera* a été la seule chaîne ayant choisi d’accompagner les manifestations de janvier 2011 en

---

<sup>1</sup> Interview avec Yassir Abu Hilala sur la chaîne *Al Jazeera* diffusé le 13 août 2015 in <https://goo.gl/xbDrXk>.

Egypte, et ce en s'appuyant sur les nouveaux médias et l'activisme digital. C'est ainsi *qu'Al Jazeera* n'a pas raté son rendez-vous avec l'Histoire immédiate.

En effet, au cours des vingt dernières années, la chaîne qatarie a toujours été à la pointe de la couverture médiatique de nombreux événements. Malgré des conditions de travail parfois hostiles, étant considérée comme l'ennemi public numéro un pour beaucoup de régimes autocratiques dans le monde arabe, *Al Jazeera* a toujours fait preuve de créativité. Elle a choisi d'adopter une ligne éditoriale panarabe, centrée sur les besoins informationnels du spectateur arabe. Une nouveauté sans précédent dans les médias arabes.

## 1. Histoire d'*Al Jazeera* : pluralisme médiatique et pétromonarchie

Présente au cœur des mouvements de contestation dans le monde arabe, *Al Jazeera* a acquis une place à part entière dans les dynamiques de la région. Cette place exceptionnelle d'*Al Jazeera* dans le paysage médiatique arabe s'est construite au fil des ans. *Al Jazeera* constitue en effet l'héritage d'une vingtaine d'années de lutte contre les régimes autocratiques, chose qui lui a permis de gagner la confiance du public arabophone. Écrire l'histoire d'*Al Jazeera*, c'est écrire l'histoire du Qatar et la montée en puissance d'un petit émirat, absent pendant de longues années de la scène politique internationale.

Dans le cadre de la première partie de cette thèse, et en nous appuyant sur une approche historique, nous décrirons les débuts d'*Al Jazeera*. Nous essaierons d'expliquer le contexte général de la création de la chaîne, et proposerons de reconstruire l'histoire du Qatar, et du projet de son émir, Hamad ben Khalifa al-Thani, à travers les émissions et les objets médiatiques d'*Al Jazeera*. Notre corpus sera constitué de récits produits par la chaîne pour raconter son histoire. Ainsi, nous procéderons à l'analyse sémiotique d'un reportage, un portrait de l'émir lors de son abdication en 2013. Cela nous permettra d'observer un discours de promotion d'une chaîne de télévision et une écriture de l'histoire à l'avantage de celui qui la diffuse.

Comment, à travers la mise en œuvre d'une stratégie de visibilité médiatique, le Qatar a-t-il réussi à faire parler de lui ? Comment le bouleversement du paysage télévisuel arabe a-t-il permis à un pays minuscule comme le Qatar d'avoir une influence sur la scène diplomatique mondiale ? Afin de retracer la généalogie de l'identité d'*Al Jazeera* à travers ses stratégies médiatiques, nous

articulerons cette partie autour de deux points principaux : l'histoire du Qatar et de ses stratégies géopolitiques et les stratégies médiatiques de visibilité d'*Al Jazeera*. Pour ce faire, nous avons choisi trois problématiques.

D'abord, d'un point de vue géopolitique et historique, nous expliquerons pourquoi les conflits de pouvoirs au sein de la maison al-Thani ont engagé le pays dans un processus de réformes internes et externes. *Al Jazeera* étant l'une des facettes les plus visibles de la réforme médiatique sera le symbole de la libération du monopole étatique sur l'information. Par contre, l'émancipation de la voix médiatique au sein d'*Al Jazeera* s'étalera sur des années.

C'est justement ce parcours progressif qui permettra à *Al Jazeera* de participer à ce que Tristan Mattelart appelle le mouvement « d'auto-information mis en place par les populations pour échapper aux carences des médias étatiques <sup>2</sup> ». Les stratégies éditoriales d'*Al Jazeera* au profit de la participation du public rendront visible non seulement le spectateur arabe mais aussi « des nouvelles absentes de la sphère publique officielle <sup>3</sup> ». C'est justement ce processus graduel d'*Al Jazeera* qui favorise la participation citoyenne dans la circulation de l'information que nous essayerons de montrer.

Ensuite, en présentant le concept de « culture de la démocratie » proposé par Michael Walzer dans *Pluralisme et démocratie*<sup>4</sup>, nous nous placerons au cœur d'une réflexion sur les stratégies éditoriales qui ont constitué les courants fondamentaux de la création d'*Al Jazeera*. Enfin, nous essaierons de définir les trois grands récits qui constituent l'ossature de la chaîne : le panarabisme, la question palestinienne et les révolutions arabes. Récits détaillés par Claire-Gabrielle Talon dans *Al Jazeera, Liberté d'expression et pétromonarchie*.<sup>5</sup>

Bien que l'Histoire soit omniprésente dans cette première partie, l'analyse des conceptions plurielles de l'identité d'*Al Jazeera* ne se fera pas d'un point de vue historique, mais plutôt d'un point de vue sémiotique et discursif, d'abord à travers l'analyse de trois portraits du pouvoir qatari : Hamad ben Khalifa al-Thani, l'émir du Qatar, Sheikha Mozah la seconde épouse de l'émir,

---

<sup>2</sup> Tristan MATTELART et Riadh FERJANI, « Les révolutions 2.0 n'ont pas eu lieu », *Médiamorphoses*, n°30, automne, 2011, p. 71.

<sup>3</sup> *Ibid.*

<sup>4</sup> Michael WALZER, *Pluralisme et démocratie*, Paris, Esprit, 1997.

<sup>5</sup> Claire-Gabrielle TALON, *Al Jazeera. Liberté d'expression et pétromonarchie*, Paris, PUF, 2011.

et le premier ministre qatari Hamad Bin Jassem Bin Jabor. Ensuite, en analysant des interviews avec certains journalistes d'*Al Jazeera* comme l'ancien rédacteur en chef Salah Naggem, le présentateur Ali al-Daffiri, et le directeur du bureau de Ramallah Walid Al Omary. Puis par l'analyse des émissions phares d'*Al Jazeera* à l'instar de *Al-Ittijah al-Muakis* (Direction opposée) et *Asharia wal Hayat* (La *Charia* et la vie). Nous étudierons également la couverture médiatique d'*Al Jazeera* des événements clefs qui ont forgé sa notoriété comme la seconde Intifada en 2000, l'invasion américaine de l'Afghanistan en 2001 et de l'Irak en 2003, et les révolutions arabes en 2011. Nous refermerons la première partie avec l'étude d'une vidéo promotionnelle d'*Al Jazeera* diffusée lors de l'emprisonnement de trois journalistes d'*Al Jazeera English* en 2014. L'analyse sémiotique de notre corpus nous approchera plus de l'identité revendiquée d'*Al Jazeera* comme chaîne pluraliste et combattante.

Dans cette première partie, nous essaierons ainsi de reconstituer l'histoire d'*Al Jazeera*, d'une part à travers l'analyse du contexte socio-politique dans lequel la chaîne a vu le jour, et d'autre part à travers l'étude de productions médiatiques, qui dessinent à nos yeux la ligne éditoriale de la chaîne. Deux volets essentiels pour montrer comment *Al Jazeera* a constitué les audiences auxquelles elle s'adresse.

Nous retracerons donc les grandes étapes de la vie d'*Al Jazeera*, en commençant par ses premiers débats politiques, qui ont marqué les esprits du spectateur arabe. Nous relaterons ensuite sa couverture de plusieurs grands événements, qui ont donné à la chaîne une reconnaissance internationale. Nous finirons par sa couverture des révolutions arabe de 2011, une couverture qui lui a valu de vives critiques, à la fois positives et négatives. Au cours de cette analyse, nous ferons surgir la problématique de la participation du public.

## 2. Écrire et promouvoir la révolution : une collection de « clips » au profit de la mémoire collective

Allumez *Al Jazeera* à n'importe quelle heure du jour ou de la nuit, et vous aurez l'impression d'être devant une chaîne d'information comme une autre, avec des bulletins d'informations toutes les demi-heures, des programmes, des reportages, des talk-shows. Cependant, de temps en temps, apparaîtra un objet inédit : une cinquantaine de secondes d'images, habillées d'une musique, racontant une page de l'histoire des révolutions arabes de 2011. Il ne s'agit ici ni de la bande



annonce d'un film, ni de celle d'une émission à suivre. D'ailleurs, cet objet n'est archivé nul part au sein des différents sites Internet de la chaîne. Néanmoins, il est partout sur les réseaux sociaux ; sur *Facebook*, sur *Twitter*, sur *YouTube*, repris, partagé et commenté par les internautes.

La seconde partie de cette thèse proposera donc une approche sémiologique d'une playlist *YouTube*, composée de ces vidéos de format court, créées par *Al Jazeera*. Nous nous arrêterons sur les phénomènes de circulation de ces objets, pour comprendre dans quelle mesure les caractéristiques de ces vidéos courtes motivent l'activité des spectateurs qui font circuler ces récits audio-visuels sur la toile. Notre curiosité envers cette création médiatique d'*Al Jazeera*, n'aurait pu être satisfaite sans l'aide précieuse de la playlist *YouTube* d'un photographe amateur algérien qui s'appelle Ali Achouri. Lorsque l'on consulte sa chaîne *YouTube*, le regard est tout de suite attiré par son énorme playlist intitulée « Al Jazeera », qui regroupe un ensemble de 78 vidéos<sup>6</sup>, arrangées verticalement, dans un ordre chronologique.

**Ali Achouri**

Accueil Vidéos **Playlists** Chaînes Discussion À propos

**الجزيرة-aljazeera**  
Ali Achouri · 78 vidéos · 17 106 vues · Dernière modification le 13 déc. 2012  
برومو قناة الجزيرة - aljazeerachannel Bromo

Tout regarder Partager Enregistrer

- 1 **Bromo aljazeerachannel - ALFAKHOORA 02**  
de Ali Achouri
- 2 **01 برومو قناة الجزيرة - أطفال غزة**  
de Ali Achouri
- 3 **02 برومو قناة الجزيرة - أطفال غزة**  
de Ali Achouri
- 4 برومو قناة الجزيرة - الحرب على غزة - الأمم المتحدة  
de Ali Achouri

### Traduction des titres des vidéos dans la capture d'écran

1. Promo *Al Jazeera* – Al Fakhoura 02
2. Promo *Al Jazeera* – Enfants de Gaza 01
3. Promo *Al Jazeera* – Enfants de Gaza 02
4. Promo *Al Jazeera* – La guerre sur Gaza-Les Nations Unies

<sup>6</sup> Vous trouverez dans la clé USB ci-joint l'ensemble des vidéos organisées dans l'ordre de leur apparition dans la playlist.

Fig. 1 : vue du début de la présentation de la playlist « *Al Jazeera* » d'Ali Achouri sur sa chaîne *YouTube*.

En scrollant, l'internaute fait défiler les 78 vidéos

Notre vrai contact avec ces séquences d'*Al Jazeera* a commencé lorsque nous avons découvert cette playlist. En effet, cette playlist, intitulée « *Al Jazeera* », constitue notre champ d'étude. Mais, ce qui a retenu notre attention à première vue, c'est l'usage du mot « promo » pour introduire chacune de ces vidéos. D'où vient ce terme ? De quoi s'agit-il ? Est-ce qu'il qualifie un genre ? À quel point est-il pertinent d'utiliser ce terme pour nommer ces séquences d'*Al Jazeera* ? Quelles sont les caractéristiques responsables de la circulation numérique des vidéos décrites comme promotionnelles ? Quels récits construisent ces « *promos* » de courte durée ? Quel est l'effet de cette condensation sur le travail d'archive de ces vidéos ?

Afin de répondre à ces questions, nous examinerons la relation qui s'établit entre la technique et les pratiques sociales et numériques. Nous essaierons ainsi de comprendre à quel point le travail de collection et d'archive de ces vidéos s'inscrit dans la problématique d'activisme numérique, et dans quelle mesure la forme d'une playlist favorise la circulation de ces séquences d'*Al Jazeera*.

En survolant les séquences de la playlist, on découvre des vidéos en lien avec la couverture médiatique de deux faits : la guerre israélienne sur Gaza en 2009 et les révolutions arabes de 2011. Or, ces séquences informatives sont courtes, fragmentées, sans paroles, à fin ouverte et montées dans des rythmes rapides. Nous sommes confrontés à une sorte de crise langagière face à un événement en marche. Il paraît que ce format qui ressemble à une publicité s'avère plus adéquat pour rendre compte de « l'hystoire<sup>7</sup> » en cours.

Ce néologisme est inventé par Frédéric Lambert à partir des mots histoire et hystérie. Il renvoie à la mise en image d'un récit pris dans un montage extrêmement rapide, qui fait de l'écriture de l'histoire une brève et rapide séquence vidéographique. Par sa dimension spectaculaire, le format promotionnel sera le support idéal pour faire dialoguer tous les signes en lien avec la libération de la parole publique. Par sa dimension emphatique, ce format court sera une représentation d'un « spectacle expressif<sup>8</sup> » où le spectateur est au rendez-vous avec la condensation des faits.

---

<sup>7</sup> Frédéric LAMBERT dans *L'hystoire. Récits d'archives recyclées*. - in Les cahiers du collège iconique, Volume XIX, 2005. Edités par l'Inathèque et l'INA, 4e trimestre 2006.

<sup>8</sup> Roland BARTHES, *Mythologies*, Paris, Editions du Seuil, 1970, p. 13.

Dans la deuxième partie, nous reconstruirons la matérialité de ces séquences promotionnelles, pour montrer à quel point elles s'inscrivent dans la problématique de la *transmédiagénie*,<sup>9</sup> terme utilisé par Philippe Marion pour décrire la circulation d'objets médiatiques et leur transformation, motivée par le changement du support d'accueil.

À la lumière de ces explications, nous analyserons les vidéos de la playlist de Ali Achouri comme étant une réponse à la transformation de l'expérience du temps et de l'espace. Dans le cadre de notre étude, il s'agira de montrer l'influence déterminante de cette expérience de l'accélération sur la fragmentation des productions médiatiques. Plus précisément, nous nous intéresserons aux phénomènes de diffusion et de circulation des fragments scripto-audio-visuels labélisés *Al Jazeera*, et connus aujourd'hui par la communauté de blogueurs sous la terminologie « promos ». En même temps, nous analyserons le travail de collection de ces vidéos comme étant un travail d'archive, permettant de créer un lieu dédié à la mémoire collective.

Cette analyse nous permettra de voir dans la forme et le contenu des éléments responsables de la circulation des vidéos d'*Al Jazeera*. De plus, en offrant au blogueur Ali Achouri la possibilité de s'emparer de ces vidéos, *Al Jazeera* lui offre le moyen de s'affirmer et de s'exprimer. En adoptant un format presque publicitaire, *Al Jazeera* transforme, volontairement ou non, les téléspectateurs passifs en spectateurs actifs.

Or, comme nous l'avons déjà expliqué, les séquences promotionnelles d'*Al Jazeera* sont des objets télévisuels non archivés. Ils sont des objets insaisissables, jamais totalement accessibles au spectateur qui les voit passer rapidement à l'écran. Ce côté provocateur des vidéos joue un rôle essentiel dans leur migration transfrontalière. L'archivage numérique au moyen de la playlist, est donc à voir comme une arme pour lutter contre la vanité de ces objets et ce présent qu'elles dépeignent.

Grâce au dispositif technique, il est finalement possible de vaincre le caractère insaisissable des « promos », de les domestiquer. Les internautes qui se rendront sur la playlist, partageront tous la même expérience et auront tous le contrôle sur les conditions de visionnage des vidéos. Quant à la playlist, elle sera un point de contact, un lieu de rencontre entre les internautes. C'est ainsi que la

---

<sup>9</sup> Philippe MARION, « Narratologie médiatique et médiagénie des récits » - *Recherches en communication*, n° 7, 1997.

playlist sera un lieu d'archive collectif. Maurice Halwachs rappelle : « pour que notre mémoire soit celle des autres, il faut qu'il y ait assez de point de contact entre les uns et les autres <sup>10</sup> ». La playlist sera donc appréhendée comme un fondement commun à travers laquelle se construira une mémoire collective.

### 3. Médiactivisme à travers la plateforme numérique et participative *Sharek*

Notre troisième et dernière partie sera consacrée à notre deuxième objet d'étude. Dans le cadre de la playlist « Al Jazeera » de Ali Achouri, des images professionnelles de promotion sont récupérées par un amateur dans un geste d'activiste-archiviste. Cette fois, nous observons le mouvement inverse. Des internautes viennent poster des témoignages audiovisuels en lien avec les révolutions arabe de 2011 sur un site web d'*Al Jazeera* qui s'appelle *Sharek*. Après vérification du contenu, et dans un geste de coproduction, les témoignages postés seront réutilisés par la chaîne pour alimenter son antenne.

Pendant les révolutions arabes de 2011, *Al Jazeera* était porteuse de nouveauté. Elle a choisi non pas de mettre en valeur l'événement, mais ses acteurs. Elle a offert une chance rare aux citoyens arabes. Non seulement, elle leur a donné les moyens de partager leur récits et témoignages, mais elle leur a permis d'exister dans un espace public virtuel.

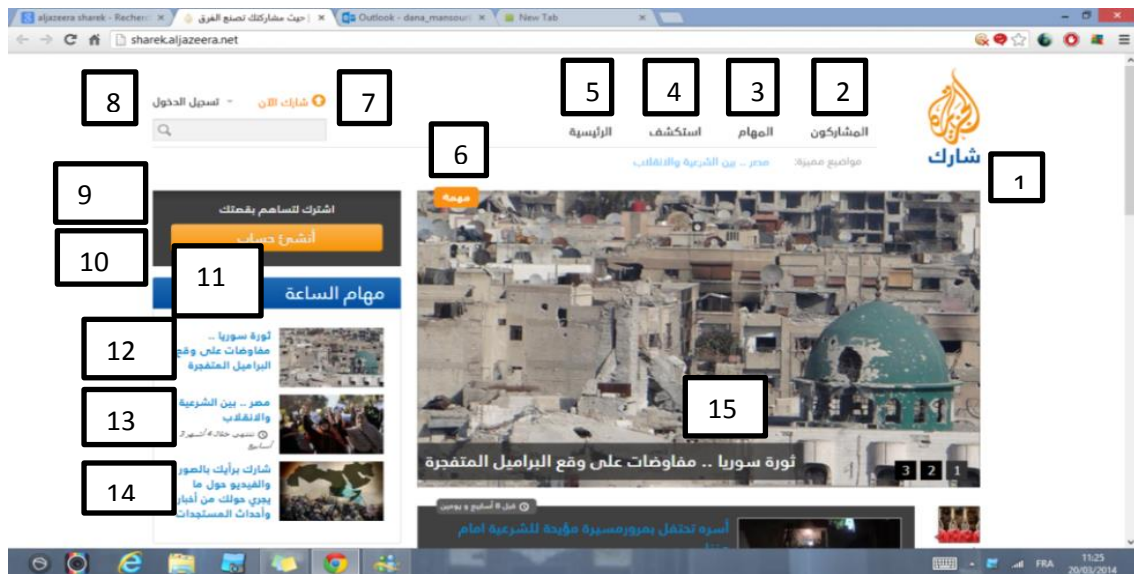
En effet, les informations, les débats télévisés et les manifestations ont donné l'impression qu'il existait une opinion unanime, soutenant les révolutions de 2011, et que les rues constituaient un espace public alternatif dans des sociétés soumises à des régimes autoritaires. Les rues témoignent de la transformation du spectateur arabe en acteur. Ainsi, le témoin, présent au cœur des événements, devient producteur de sons et d'images pour transmettre ce qu'il voit et entend.

Muni de son appareil photo ou de son téléphone portable, il enregistre et documente les scènes dont il est témoin. Des scènes inédites, des moments qui montrent non seulement ce que la caméra a filmé, mais aussi les conditions difficiles de tournage. Consciente de la naissance d'une vague d'activistes qui souhaitent partager leurs films, consciente de l'originalité et de l'authenticité de ces contributions, la chaîne de télévision, *Al Jazeera* s'est adaptée. Ce fut la création de *Sharek*, un

---

<sup>10</sup> Maurice HALWACHS, *La mémoire collective*, Paris, Édition Albin Michel, 1997.

site Internet participatif consacré au recueil des contributions de ceux qui se sont trouvés au bon moment et au bon endroit pour capter un instant inoubliable de l’histoire des révolutions arabes.



- |                     |                                 |   |
|---------------------|---------------------------------|---|
| 1. Sharek           | 6. Mission                      | 11. Missions actuelles  |
| 2. Les participants | 7. Participe maintenant         | 12. La révolution syrienne...négociation et explosions                    |
| 3. Les missions     | 8. S’inscrire                   | 13. L’Egypte – entre légitimité et coup d’Etat                            |
| 4. Découvre         | 9. Participe avec un témoignage | 14. Participe avec des images et vidéos sur ce qui se passe autour de toi |
| 5. Page principale  | 10. Créer un compte             | 15. La révolution syrienne .. négociations et bombardement                |

Fig.2 : capture d’écran de l’interface du site Sharek

En effet, le site fonctionne comme un lieu de dépôt de témoignages amateurs. Mais pas n’importe lesquels. Il s’agit de témoignages dédiés aux révolutions arabes de 2011. Pour concevoir le site comme un lieu d’accueil des témoignages, nous interrogeons le statut des témoins et leurs témoignages. Dans ce contexte, le recours à l’ouvrage *Médiactivistes*<sup>11</sup> de Dominique Cardon et Fabien Granjon sera essentiel pour comprendre le dynamisme des acteurs. Nous nous référerons

<sup>11</sup> Dominique CARDON et Fabien GRANJON, *Médiactivistes*, Paris, Les Presses de Sciences Po. 2010.

également à l'ouvrage collectif dirigé par Sihem Najar, *Le cyberactivisme au Maghreb et dans le monde arabe*,<sup>12</sup> afin de comprendre les enjeux liés à l'activisme des acteurs sociaux durant les révolutions arabes.

Quand un journaliste a demandé au responsable des réseaux sociaux chez *Al Jazeera*, Riyad Minty, de définir le site *Sharek*, il a répondu : « *It's all about empowering people to tell their own stories* »<sup>13</sup>. Deux problématiques surgissent dans cette définition : celle de l'amateur et celle de la circulation des récits. Filmés sur le vif, les récits se présentent comme des témoignages qui confirment la présence du témoin au cœur de l'événement. Durant les révolutions arabes de 2011, ces témoignages voyagent par milliers vers le site Internet *Sharek*. Que veut dire le mot *Sharek* ? Il s'agit tout simplement de l'impératif du verbe « participer », conjugué à la deuxième personne du singulier : « participe ».

Sur le site *Sharek*, la notion de « *story* », que l'on peut traduire par « témoignage personnel », est omniprésente. L'architecture du site est conçue spécifiquement pour recevoir des témoignages amateur. Qui est donc l'amateur de *Sharek* ? Comment le site fonctionne-t-il ? Quels sont les éléments internes de ce dispositif qui en font un partenaire médiatique adapté aux productions des amateurs ? Voici les questions qui guideront notre réflexion au cours de cette partie.

Au niveau des méthodes, le recours à l'analyse sémiotique de l'interface du site nous sera indispensable. Elle permettra de visualiser l'impact de certains éléments sur le comportement des utilisateurs. Ici, il sera question de savoir de quelle manière *Al Jazeera* mobilise des signes scripto-audio-visuels pour faire participer son public dans l'alimentation du site. Nous observerons les signes qui participent à la création d'un sentiment d'urgence chez les utilisateurs pour comprendre de quelle façon la valorisation de l'activité des utilisateurs les incite à nourrir continuellement le contenu du site.

Dans le cadre de cette troisième partie, nous examinerons les différentes contributions de *Sharek* afin de définir le profil type des participants. Ce profil nous aidera à établir l'identité numérique

---

<sup>12</sup> Sihem NAJAR (dir.), *Le cyberactivisme au Maghreb et dans le monde arabe*, Paris, IRMC-Karthala, 2013.

<sup>13</sup> « *Il s'agit de donner aux gens les moyens de raconter leurs histoires* », Riyad Minty, in Troy Dreier, *Al-Jazeera Enables Citizen Journalism With Online Video*, *Streaming Media magazine*, Août / Septembre 2012, in <http://www.streamingmedia.com/Articles/Editorial/Featured-Articles/Al-Jazeera-Enables-Citizen-Journalism-With-Online-Video-84268.aspx>.

du site. Notre travail sera divisé en deux volets. Dans un premier temps, nous analyserons l'interface du site *Sharek*, et dans un deuxième temps, nous analyserons les contributions des participants. Notre étude sémiotique du contenu du site nous amènera à constater qu'il existe un écart entre le profil du participant recherché par *Al Jazeera* et celui réellement présent sur le site.

Ce décalage traduit à nos yeux la diversité des intentions des auteurs. Si *Al Jazeera* a eu ses motivations propres pour créer *Sharek*, il en est de même pour les participants, qui ont aussi leurs propres raisons pour y participer. Or, cette différence d'objectifs est loin d'être conflictuelle ; elle est plutôt constructive et contribue au succès du site. S'il nous est difficile de définir ce qui a motivé chacun des participants à faire partie de la communauté *Sharek*, notre analyse nous permettra de révéler que, malgré tout, une motivation commune peut être définie, une tendance soulignée. Ces contributions sur *Sharek* ont toutes un point commun : elles sont devenues, consciemment ou inconsciemment, des archives, un lieu pour l'histoire et pour la mémoire. Bien évidemment, les auteurs de *Sharek* ne sont pas des héros de la vérité, mais des médiactivistes qui participent, avec leurs témoignages, à donner un autre point de vue à l'information, et à dessiner leur propre histoire des faits. Au fil des ans, *Sharek* est devenu un lieu d'archive de l'histoire du peuple arabe, et a attiré des flux de plus en plus denses. Les contributions amateurs constituent un patrimoine historique et culturel qui veille sur la mémoire et empêche l'oubli. Elles sont à la fois des traces du passé et des preuves de moments vécus par des acteurs pris dans l'événement.

**Partie I : *Al Jazeera* : À la recherche d'une culture de la démocratie. Entre arabisme, pluralisme et libéralisme**



## A. Le Qatar et ses stratégies géopolitiques

« *Je demande à la nation de poursuivre notre marche vers la modernité* <sup>14</sup> », affirme cheikh Tamim ben Hamad Al-Thani, le nouvel émir du Qatar, lors de son premier discours en tant que chef d'Etat. Des mots qui font écho à ceux prononcés par son père cheikh Hamad ben Khalifa al-Thani lors de son investiture il y a 18 ans. Il est clair que cheikh Tamim, devenu à 33 ans le plus jeune souverain du Golfe, ne s'écartera pas de la diplomatie dynamique menée par son père. L'émir évoque deux points essentiels qui constituent à nos yeux le squelette de la diplomatie qatarie.

D'abord, il dit vouloir de bonnes relations « *avec tous les gouvernements et tous les pays* <sup>15</sup> ». En effet, cette politique longuement entretenue par l'ancien émir a permis à Qatar de devenir un acteur incontournable dans les crises régionales. Le deuxième point concerne la position du pays vis-à-vis la question palestinienne considérée comme le principal défi dans le monde arabe. À l'instar de son père, le nouvel émir affirme « *la solidarité* » de son pays avec le peuple palestinien pour le recouvrement de « *ses droits légitimes* <sup>16</sup> ».

Il n'est pas surprenant non plus d'entendre l'émir rappeler la position politique du Qatar par rapport aux révoltes arabes de 2011. Comme son père, le nouvel émir affirme que le Qatar « *continuera à soutenir les révolutions arabes, à encourager les aspirations publiques à la liberté et à la démocratie et sera toujours un refuge pour l'opprimé.* <sup>17</sup> »

Paradoxalement, cette diplomatie est loin de faire du Qatar une démocratie. Le pays est tenu fermement par une seule famille qui gouverne et impose ses règles du jeu. Regardons ce qui se passe au Qatar. Les libertés y sont absentes. Le vote électoral n'existe pas, les partis politiques sont interdits, tout comme la presse indépendante. Le discours libéral du nouvel émir et celui de son père est loin d'être traduit en action au pays, à l'exception d'un seul endroit à Doha, chez *Al Jazeera*. Mais, comment expliquer ce paradoxe ? S'agit-il d'une propagande, d'un *soft power*, d'une trompe l'œil, d'un complot pour cacher la vraie politique de son créateur l'émir Hamad ben

---

<sup>14</sup> Cheikh Tamim ben Hamad Al-Thani, « Premier discours de l'Emir Tamim », 26 juin 2013, in [www.QatarInfos.net](http://www.QatarInfos.net), <https://goo.gl/WGuh3D>.

<sup>15</sup> *Ibid.*

<sup>16</sup> *Ibid.*

<sup>17</sup> *Ibid.*

Khalifa al-Thani ? La chaîne qatarie existe-t-elle uniquement pour remplir une fonction cathartique ? Pour répondre à ces questions, commençons par le commencement.

## 1. Le Qatar : pays invisible sur la carte du Moyen-Orient, région déchirée par les conflits

Notre récit sur *Al Jazeera* commence au Qatar, le plus petit pays arabe en termes démographique et qui compte environ six cent dix mille personnes. Ses onze mille kilomètres carrés s'étendent de la côte de l'Arabie Saoudite au bord du Golfe Persique et sont presque entièrement recouverts par le désert. Le Qatar détient certes un champ gazier important d'environ six mille kilomètres carrés qui en fait un des pays les plus riches, mais c'est le cas de tous les États du Golfe. Bref, rien en termes géographiques ne permet d'expliquer pourquoi le Qatar tient une place particulière dans la région.

Sur le plan politique, aujourd'hui le Qatar rayonne à l'international. Cependant, l'émirat à peine visible sur la carte n'a jamais été un joueur principal dans les conflits qui ont longtemps secoué la région. En effet, les principaux enjeux géopolitiques en termes de stabilité sont situés au Moyen-Orient, foyer de nombreuses guerres concentrées autour de l'État d'Israël. Depuis la déclaration du ministre britannique des affaires étrangères Lord Balfour en 1917 qui a accordé aux juifs un foyer national en Palestine, tout a changé car le lendemain de la naissance de l'État d'Israël en 1948, les États arabes indépendants attaquent Israël et le conflit israélo-arabe s'intensifie. Partant du conflit Israélo-Palestinien (1948, 1967, 1973), passant par la Guerre du Liban (2006), allant jusqu'aux tensions importantes avec la Syrie et l'Iran (1993, 2003).

En termes géolinguistiques, le Qatar comme tous les pays du Moyen-Orient est arabophone. Cependant, le petit émirat fait partie d'une région qui compte un héritage culturel d'une extrême diversité et qui brasse une grande diversité de peuples. À part les Arabes qui sont présents de la péninsule arabique aux rives de la Méditerranée, en Égypte et au Maghreb, on trouve aussi des Turcs sur le territoire de l'actuelle Turquie et des Perses en Iran. Par ailleurs sont également présentes des minorités ethno-linguistiques. À chacun de ces peuples sa propre langue et ses propres traditions.

Les qataris comme la majorité des Arabes sont de confession musulmane. Cependant, au Moyen-Orient, les divisions religieuses sont nombreuses. Une bonne partie des Arabes sont sunnites, d'autres sont chiites, notamment au sud de l'Irak, sur les rives du Golfe Persique et dans certaines régions au sud du Liban. Les chrétiens et les juifs sont également présents bien que minoritaires. Jusqu'à présent, peu d'éléments permettent de dire pourquoi le Qatar, cet État jeune, fait autant parler de lui dans les médias régionaux et internationaux depuis ces dix dernières années. En effet, jusqu'à la fin de la Première Guerre mondiale, le Qatar a été comme l'ensemble de la région dominé par l'Empire ottoman. Ensuite, les accords de Sykes-Picot signés en mai 1916 ont divisé la région entre Londres et Paris : la Syrie et le Liban sous le mandat français et les pays du Golfe, l'Irak, la Jordanie et la Palestine sous le mandat anglais.

Même après son indépendance en 1971, le Qatar n'a jamais été très présent sur la scène régionale. Gouverné par Cheikh Khalifa al-Thani, un conservateur très proche de la pensée wahhabite traditionnelle de ses voisins les Saoudiens, le Qatar était presque isolé économiquement. Cheikh Khalifa al-Thani a en effet résisté longtemps à l'ouverture du Qatar aux sociétés occidentales et était contre le recours aux compagnies américaines qui auraient permis au Qatar d'exporter ses réserves en gaz naturel. Chose qui lui a valu une réelle rupture avec son fils Cheikh Hamad qui a organisé un coup d'État contre son père en 1995.<sup>18</sup>

Ce renversement du régime a été bien préparé. Ses voisins aux Emirats Arabes Unis ont été informés ainsi que ses ennemis israéliens. Restait à convaincre la Maison Blanche d'approuver le nouvel émir. Bill Clinton a alors accepté de bénir le nouveau roi à une condition : reconnaître Israël. En réponse, Doha ouvrit un bureau d'intérêt commercial pour l'État israélien. Les Saoudiens n'appréciant pas ce geste, n'ont donc pas eu d'autre choix que de reconnaître le nouvel émir. Le coup d'État s'est passé plus ou moins en douceur et le nouvel émir a commencé tout de suite à faire le ménage dans la maison al-Thani et à former son équipe.<sup>19</sup> Au pouvoir, Cheikh Hamad avait un seul objectif : moderniser en grande ampleur les infrastructures du Qatar et dénouer la politique conservatrice aussi bien à l'intérieur qu'à l'extérieur du pays.

---

<sup>18</sup> Christian CHESNOT et Georges MALBRUNOT, *Qatar, les secrets du coffre-fort*, éd. Michel Lafont, 2013, p. 13.

<sup>19</sup> *Ibid.*

## 2. Politique intérieure du Qatar: trois portraits du pouvoir

Comment *Al Jazeera* décrit son créateur ? Lors de son abdication en 2013, *Al Jazeera* diffuse un reportage sous la forme d'un portrait de l'émir Hamad ben Khalifa al-Thani. Le genre du portrait a une fonction mémorielle forte explique Adeline Wrona. Elle le définit comme une forme de mémoire revisitée, une biographie restituée en remontant très loin dans le passé, en commençant par le commencement pour avancer chronologiquement vers le présent.<sup>20</sup> À partir des détails précis sur le personnage représenté, le portrait restitue un passé chargé de nombreux vécus et apporte une reconnaissance de singularité.



### Information générale sur le reportage

- Titre du reportage sur la chaîne *Al Jazeera Youtube* : لمحة عن حياة الشيخ حمد بن خليفة آل ثاني

(Exposé sur la vie de cheikh Hamad ben Khalifa al-Thani.)

- Date de la mise en ligne : 25 juin 2013

<sup>20</sup> Adeline Wrona, *Face au portrait. De Sainte-Beuve à Facebook*, Paris, Éditions Hermann, 2012, p. 205

- Durée : 2 minutes et 33 secondes
- Lien : <https://www.youtube.com/watch?v=gADND1ebozs><sup>21</sup>

Fig.3 : capture d'écran d'un extrait de reportage sur l'émir Hamad ben Khalifa al-Thani sur *Al Jazeera*

Le portrait de l'émir commence par des généralités sur son éducation et sa carrière militaire. Nous apprenons qu'il est l'aîné des cinq fils du Cheikh Khalifa, qu'il a reçu son éducation à l'académie militaire de Sandhurst en Grande-Bretagne et qu'il est devenu ministre de la défense dès son retour au pays en 1977.

Puis l'annonce d'une étape importante dans l'histoire du Qatar est décrite ainsi : « في السابع والعشرين من يونيو عام 1995 تولى مقاليد الحكم لتدخل قطر عهدا جديدا على الصعيدين الداخلي والخارجي. » (Le 27 juin 1995, l'émir accède au trône et le Qatar entre dans une nouvelle ère aux niveaux interne et externe.)

Dans cette description, aucune mention d'un renversement du régime, nous ne trouvons aucune mention du coup d'état que le jeune émir de quarante-quatre ans a mené contre son père en 1995 au moment où ce dernier était en voyage à l'étranger. Ensuite, le reportage portrait décrit la « nouvelle ère » comme un processus qui vise à moderniser le pays. Parmi ses nombreuses réalisations *Al Jazeera* est mentionnée. C'est à travers elle qu'il acquière une légitimité politique.

À la différence des autres souverains arabes qui se montrent distants à l'égard de leurs sujets, le jeune émir prend l'habitude d'expliquer sa politique et ses idées à travers les médias. Dans son dernier discours, étant à la tête du pouvoir qatari, l'émir explique : « لقد حان الوقت أن نفتح صفحة جديدة » أخرى في مسيرة وطننا يتولى فيها جيل جديد المسؤولية.<sup>22</sup> (Le temps est venu d'ouvrir une nouvelle page et de confier les responsabilités à la nouvelle génération.)

Ce qui nous intéresse ici, ce n'est pas le contenu de son discours, mais un fait sans précédent qui y apparait. En effet, l'abdication de cheikh Hamad en 2013, arrivé au pouvoir en 1995 est une

<sup>21</sup> Vous trouverez cette vidéo dans la clé USB ci-joint sous le nom reportage portrait de l'émir de Qatar.

<sup>22</sup> Discours de l'abdication de Sheikh Hamad ben Khalifa al-Thani diffusé sur la chaîne officielle du Qatar, le 25/06/2013 in [https://www.youtube.com/watch?v=U04o6MPC\\_3Q](https://www.youtube.com/watch?v=U04o6MPC_3Q).

première au Qatar et dans l'histoire récente du monde arabe, où aucun souverain n'a jamais renoncé au pouvoir de son plein gré.

L'un des aspects singuliers du régime de cheikh Hamad est l'importance de sa seconde épouse. Au contraire des épouses dans les monarchies du Golfe qui n'apparaissent jamais en public, cheikha Moza multiplie les apparitions médiatiques. C'est une femme de pouvoir qui agit en vraie première dame. Toujours élégante, en tunique traditionnelle ou en tailleur occidental de couleur vive et avec un foulard qui laisse apparaître quelques mèches.



Fig. 4 : captures d'écrans d'extraits de reportage d'*Al Jazeera* sur la visite de l'émir du Qatar à Gaza et sur la victoire de la candidature du *Qatar* pour organiser la *Coupe du monde 2022*

Cheikha Moza accompagne son mari dans ses voyages officiels. On se souvient de sa présence à côté de son mari lors de leur visite historique à la bande de Gaza le 23 octobre 2012 et lorsque le président de la FIFA Joseph Blatter a ouvert l'enveloppe et a annoncé que le Qatar organisera la coupe du monde de 2022 ; Cheikha Moza y était présente pour célébrer avec son mari et la délégation qatarienne ce moment historique.

Cette diplômée en sociologie de l'université du Qatar avait deux combats pérennes : lutter pour le droit des femmes et œuvrer à l'éducation pour tous. Partant du principe que l'éducation est la clé de tout changement social et politique, elle crée la *Fondation du Qatar pour l'éducation et la science*, devient vice-présidente du *Conseil suprême pour l'éducation* et présidente du *Conseil suprême pour les affaires familiales*. Les Qataris la considèrent comme une souveraine à part entière et l'une des femmes les plus influentes du monde arabe.

Le couple royal reste très atypique dans le monde arabo-musulman parce qu'il fonctionne comme des partenaires. Très souvent, cheikha Mozah prend la parole en public en toute autorité tandis que son mari écoute dans l'assistance. Néanmoins, ce profil de femme indépendante et moderne lui a valu des partisans comme des opposants, notamment dans la société très conservatrice du Qatar.<sup>23</sup>

La première dame qui a aussi fait ses études à l'étranger, aux États-Unis, s'investit à hisser son pays au rang de leader régional dans le domaine éducatif en adoptant le système universitaire américain. Les universitaires jouent un rôle capital dans l'élaboration de la politique qatarie. En effet, la personne qui a présidé le comité chargé d'élaborer la nouvelle Constitution était le président de l'université du Qatar pendant plusieurs années.<sup>24</sup>

Si les femmes qataries font l'objet de discriminations comme dans beaucoup de pays du Golfe, sous l'impulsion de cheikha Mozah, envoyée spéciale de l'UNESCO pour l'éducation, leur situation s'est notablement améliorée. Au Qatar, les femmes votent, conduisent et travaillent dans le secteur public, et ce en partie grâce à la vision progressiste de cheikha Mozah.<sup>25</sup>

Le couple royal est l'exemple vivant des changements envisagés dans le pays. L'émir opte pour une ligne directrice différente de celle de son père. En juin 2013, l'Emir Hamad a laissé la place à son fils, cheikh Tamim. Pour la première fois dans l'histoire récente du monde arabe, un souverain renonce volontairement au pouvoir de lui-même. Cependant, malgré ce véritable acte de modernité, le pays reste une autocratie soumise à l'arbitraire d'un seul homme, l'émir. Il reste donc beaucoup à faire pour considérer le Qatar comme un pays démocratique.

Si l'émir était un visionnaire anticonformiste ambitieux, c'est aussi parce qu'il était appuyé par son cousin audacieux, le premier ministre Hamad Bin Jassem Bin Jabor. C'est lui qui avait permis à l'émir de réussir le coup d'État en 1995 en assurant le soutien de nombreux membres de la famille al-Thani. Il n'est donc pas hasardeux que son nom soit associé à la plupart des partenariats commerciaux et financiers noués par le Qatar ces vingt dernières années.<sup>26</sup> Or, c'est surtout dans la diplomatie que Hamad Bin Jassem se montre en vrai négociateur. Au début de la crise syrienne, à l'automne 2011, il n'a pas hésité à plusieurs reprises à apporter son soutien explicite à l'opposition syrienne devant des ministres des Affaires étrangères de la Ligue arabe. Il n'est donc pas très

---

<sup>23</sup> Christian CHESNOT et Georges MALBRUNOT, *op. cit.*, p. 27.

<sup>24</sup> *Ibid*, p. 28.

<sup>25</sup> *Ibid*, p. 29.

<sup>26</sup> *Ibid*, pp. 46-56.

surprenant que ce personnage entreprenant soit en partie derrière la création d'*Al Jazeera*, la chaîne d'information internationale la plus regardée dans le monde arabe.

### 3. Politique extérieure du Qatar : ami avec l'ennemi

Le Qatar n'a jamais été un centre d'échange. Il est cependant, un pays ambitieux. Sous le règne de l'émir, le Qatar est devenu au fil des ans un carrefour international. Aujourd'hui, l'émirat accueille des événements politiques, religieux et mêmes sportifs de haut niveau, à l'instar de la coupe du monde de football qu'il abritera en 2022. Plus encore, les investissements financiers massifs de l'émirat lui ont permis de nouer des liens forts avec des pays ayant un poids important dans les négociations commerciales mondiales. Quant à la politique étrangère, l'émir ambitionne depuis le début de son règne de faire accéder le Qatar à la scène internationale en agissant comme l'ami de tout le monde.

Lors d'un entretien publié dans le *Financial Times* en 2010, cheikh Hamad affirme : « Our policy is to be friendly with everybody. We are looking for peace, and it doesn't mean if two parties turn against each other we have to go to one party, no; we would like to stick with the two parties. <sup>27</sup> » (Notre politique est d'être ami avec tout le monde. Nous cherchons la paix. Cela ne veut pas dire que si deux camps s'affrontent, nous devons prendre parti en faveur de l'un des deux. Non, nous aimons être en liaison avec les deux parties.)

Cette recherche du dialogue se traduit par un rapprochement entre le Qatar et l'ennemi présumé des pays arabes, Israël, notamment dans le domaine des affaires. L'émir et ses proches « expriment ouvertement la perspective de marchés de fourniture de pétrole à Israël, l'implication de l'industrie pétrochimique israélienne au Qatar, la participation commune à une expérimentation de culture en climat désertique, de projets dans l'aéronautique et le tourisme avec la compagnie Qatar Airways, et par-dessus tout un projet de gaz naturel liquide entre le Qatar, Israël et la

---

<sup>27</sup> Entretien par Martin Dickson et Roula Khalaf avec l'émir du Qatar, cheikh Hamad ben Khalifa al-Thani à Doha, publié dans le *Financial Times*, le 24 octobre 2010, in <https://www.ft.com/content/9163abca-df97-11df-bed9-00144feabdc0>.



Jordanie d'un montant supérieur à cinq milliards de dollars.<sup>28</sup>» se souvient Sammy Ravel, un diplomate israélien.

Les relations entre l'État hébreux et le Qatar survivent même durant la seconde Intifada palestinienne au début des années 2000. Au bout du compte, l'offensive israélienne contre la bande de Gaza en décembre 2008 et en janvier 2009 a entraîné le gel des relations diplomatiques. Mais entre les deux pays, tous les ponts ne sont pas tout à fait rompus.

L'émirat entretient également et simultanément des relations controversées avec les États-Unis, la France, l'Irak et l'Iran. Au fil des années, il a offert son hospitalité à des chefs du Hamas en exil. Il a accordé l'asile à l'épouse de Saddam Hussein et a reçu des visites de membres haut placés d'Al-Qaida (avant le 11 septembre). Or, si ce travail d'équilibriste semble réussir, il n'est pas toujours salué par leurs voisins, notamment les Saoudiens qui se trouvent menacés par les changements interne et externe de l'émir.

C'est dans ce contexte politique d'ouverture que l'émir du Qatar lance la chaîne panarabe d'information continue *Al Jazeera* en 1996 qui installe son minuscule pays sur la carte du monde. Quelques années plus tard, en 2003, il accueille une base américaine sur le territoire de l'émirat pour se protéger contre toute intervention saoudienne dans l'affaire du Qatar. Quant au ressort du gaz naturel, l'émir développe des infrastructures gazières afin de tirer profit de ce trésor caché dans les eaux du Golfe persique.

Emirat riche financièrement, protégé militairement et présent sur la scène internationale, voici les trois objectifs principaux de l'Emir dont il ne déviara pas tout au long de son règne. C'est cette stabilité intérieure qui a finalement permis à Doha de jouer un rôle incontournable dans les conflits régionaux et les révoltes qui ont marqué les pays arabes depuis l'année 2011.

---

28 Sammy Ravel relate son expérience au Qatar dans un livre en hébreu, *Israël sur le front du Golfe Persique*, Editions Yédiot Books, 2009, p. 167.

#### 4. Le Qatar comme leader régional

Si les grandes puissances telles que les États-Unis, la France, l'Allemagne ou encore la Russie misent sur leur poids politique pour intervenir ou pas dans les zones de conflits, le Qatar a su se démarquer en choisissant d'intervenir militairement dans certains pays arabes.

Avec le déclenchement des révoltes en Libye en 2011, le Qatar s'est retrouvé engagé dans le jeu des grands aux côtés des États-Unis, de la Grande-Bretagne et de la France pour renverser le régime de Muammar al-Kadhafi. Au fur et à mesure que Kadhafi intensifie la répression de ses opposants, il devient évident que sans un armement et un entraînement des rebelles, les frappes de l'OTAN ne feraient que faire reculer le régime. Mais les Américains et les Européens estiment qu'il est trop risqué pour eux d'armer eux-mêmes les insurgés. Doha saisit l'opportunité et offre ses services. Le Qatar envoie des tonnes d'armes à destination de la Libye. Pour la première fois, des Mirages qataris sont engagés dans les opérations au côté de l'OTAN.

Depuis l'arrivée de Cheikh Hamad au pouvoir, le Qatar se dote d'une diplomatie multidimensionnelle. Mais en termes de visibilité diplomatique et d'influence, l'émirat peine à se tailler une place sur l'échiquier régional. Pendant de longues années, l'Égypte ou l'Arabie Saoudite étaient les grandes puissances de la région. Or, tandis que ces pays sont restés passifs face à la souffrance du peuple libyen, le Qatar a agi avec audace et fermeté, et a été le premier pays arabe à reconnaître le *Conseil national de transition libyen* et à soutenir ouvertement les insurgés.

Avec cette prise de position, la notoriété du Qatar s'accroît de jour en jour et lui permet de jouer encore un rôle important en Syrie où la révolte se militarise en fin 2011. Cette fois, la diplomatie qatarie apporte un soutien ouvert à l'opposition syrienne par tous les moyens : soutien institutionnel, financier et politique. Hamad bin Jassem préside plusieurs réunions au siège de la Ligue arabe pour l'amener à se positionner contre le régime de Damas.

En parallèle à son activisme au sein de la Ligue arabe, sur le plan militaire, le Qatar a été le premier à plaider pour le recours à l'usage de la force militaire pour renverser le régime de Bashar al-Assad. Au fur et à mesure que les massacres des civils se multiplient, le Qatar décide finalement d'armer l'opposition sur le terrain. À nouveau, les forces armées qataries entrent discrètement en action en parallèle avec l'action diplomatique. En s'engageant en Syrie, cheikh

Hamad a fait un pari sur l'avenir. Après la Libye, il veut continuer à apparaître comme un acteur régional majeur de la communauté internationale, au moins sur les dossiers du Moyen-Orient.

## 5. *Al Jazeera* : de Doha à l'international

Si le petit Emirat a réussi à se faire remarquer au niveau international, c'est grâce à la mise en place d'une stratégie de visibilité œuvrée sur tous les niveaux. L'émir l'a bien compris. Dans une région marquée par des conflits, l'influence et le pouvoir peuvent se décliner de bien d'autres façons que par des blindés et des missiles. Ainsi, à peine arrivé au pouvoir en 1995, l'émir al-Thani a un coup de génie. Il récupère une chaîne qui n'avait pas fonctionné en Arabie Saoudite et la transforme en *Al Jazeera* dans le but de faire connaître le Qatar aux quatre coins de la planète, un pari qui sera gagné au-delà de toute espérance.

Aujourd'hui, le géant *Al Jazeera* touche un public très large. *Al Jazeera English* lancé en 2006 rivalise avec les grandes chaînes anglo-saxonnes (*CNN*, *BBC*, *Fox News*). Le succès est réel en Occident où la chaîne propose une vision originale et professionnelle de l'actualité. Beaucoup de ses journalistes, présentateurs et reporters, sont des anciens de la *BBC* et de la *CNN*. Le projet d'expansion d'*Al Jazeera* n'a pas de limites ; en 2013 le Qatar rachète *Current TV*, la chaîne de l'ancien vice-président américain, Al Gore et la transforme en *Al Jazeera America* avant qu'elle soit fermée quelques années plus tard.

D'autres chaînes régionales émettent déjà comme *Al Jazeera Balkans*. *Al Jazeera* a pensé également à la France, mais l'idée n'a pas été appréciée à Paris. Sous Nicolas Sarkozy, l'Élysée a tout fait pour décourager le Qatar de créer une chaîne francophone, et ce afin de ne pas concurrencer *France 24* selon des professionnels des médias. Mais le projet n'est pas tout à fait abandonné. Avec le *BeIN Sport* lancé en 2012, *Al Jazeera* devient une marque mondiale.<sup>29</sup>

Mais avant de devenir un géant médiatique, *Al Jazeera* était un bureau minuscule à Doha occupé par une poignée de journalistes arabophones dont le rêve était de voir naître une chaîne d'information que le téléspectateur arabe pouvait respecter.

---

<sup>29</sup> Christian CHESNOT et Georges MALBRUNOT, *op. cit.*, p. 223.

## B. Al Jazeera, vers une culture de la démocratie ?

Lorsque la chaîne d'information qatarie a vu le jour, elle avait comme slogan « L'opinion et l'opinion opposée », une telle déclaration sous-entendait l'orientation de la ligne éditoriale de la chaîne vers le pluralisme et le débat. Cette promesse d'*Al Jazeera* nous ramène à la question suivante : quel est le projet participatif et dialogique d'*Al Jazeera* et quelles sont les manifestations de ce projet dans une culture unidirectionnelle de l'information ? Afin de répondre à cette question, nous nous référons à la notion de culture de la démocratie de Michael Walzer,<sup>30</sup> professeur à l'*Institut Advanced Studies de l'Université de Princeton*. Notre objectif n'est pas de faire l'archéologie de ce concept qui a fait l'objet de nombreux travaux de la part de philosophes politiques. Nous cherchons simplement à envisager les bases d'une possible culture participative dans la société Arabe.

Michael Walzer estime qu'il est nécessaire de laisser aux citoyens une marge de liberté dans certaines sphères distributives pour préserver les apparences d'un système politique démocratique. Ainsi, au lieu de tout contrôler, l'État devrait garantir la liberté d'expression dans certains domaines, et quoi de mieux que de le faire dans les médias.

*« Les citoyens doivent se gouverner eux-mêmes, souligne Walzer. La « démocratie » est le nom de ce gouvernement, mais ce mot ne décrit rien qui ressemble à un système simple. (...) La démocratie est un mode de répartition du pouvoir et de légitimation de son usage - ou plutôt c'est le mode politique de distribution du pouvoir. Toute raison extrinsèque est exclue. Ce qui compte, c'est le débat organisé entre citoyens. La démocratie met en avant le discours, la persuasion, le talent rhétorique. Idéalement, le citoyen qui fournit l'argumentation la plus persuasive c'est-à-dire l'argumentation qui persuade efficacement le plus grand nombre de citoyens - l'emporte. Mais il ne peut pas utiliser la force, user de passe-droits ou distribuer de l'argent ; il s'exprime sur les problèmes dont il est question. Et tous les citoyens doivent parler, au moins avoir une chance de le faire. Ce n'est cependant pas seulement la participation de tous qui fait le gouvernement démocratique. Tout aussi importante est ce que nous pourrions appeler la règle des raisons. Les citoyens viennent sur la place publique avec rien d'autre que leurs arguments. Tous les biens non politiques doivent être déposés à l'extérieur : les armes et les portefeuilles, les titres et les diplômes. »<sup>31</sup>*

Dès le lancement de la chaîne, *Al Jazeera* fut confrontée à un défi de taille, car dans une société arabo-musulmane où les infrastructures d'une société démocratique sont quasiment absentes,

---

<sup>30</sup> Michael WALZER, *Pluralisme et démocratie*, Esprit, 1997.

<sup>31</sup> Michael WALZER, *Une défense du pluralisme et de l'égalité*, Paris, Seuil, 1997, pp. 421.

comment est-il possible de créer une culture de dialogue ? Dans quel contexte la voix du peuple peut se faire entendre ?

*Al Jazeera* est souvent prise entre plusieurs positions. Pour certains, elle est inscrite dans un grand projet libéral et d'autres estiment qu'elle vante une recherche de l'enracinement dans la communauté arabo-musulmane. Pour nous, *Al Jazeera* est engagée dans un projet à la fois libéral et communautarien. Mais est-ce possible ?

Dans sa théorie de la justice, Michael Walzer déclare : « *Je peux me définir comme communautariste libéral ou comme libéral communautariste.*<sup>32</sup> » En effet Michael Walzer entend se situer au sein d'un débat exclusivement moderne. Sa démarche n'implique aucun rejet du libéralisme, mais en même temps sa pensée politique engage la prise en compte des déterminations sociales et culturelles des individus. La combinaison de ces deux problématiques est au moins à ses yeux la voie vers la construction d'une société qui soit à la fois rationnelle et pluraliste, capable de choisir les principes de justice qui régiront la société sans tomber dans un communautarisme conservatif. Nous prenons position parmi les communautaristes libéraux à l'instar de Michael Walzer et suggérons que la chaîne cherche à créer un modèle médiatique libéral dans la mesure où sa démarche n'implique aucun rejet de la culture arabo-musulmane.

De même, dans *Pluralisme et démocratie*, Michael Walzer considère la démocratie comme une valeur universelle, mais qui « appelle au particularisme moral<sup>33</sup> ». Pour lui, la démocratie doit être circonscrite dans les traditions culturelles particulières de la société qui la produit :

« *Il y a d'abord un pluralisme qui se réfère aux biens sociaux et aux « sphères de justice » que ceux-ci constituent, avec leurs différents principes de distribution et les procédures qui leur correspondent. Il y a ensuite le pluralisme des identités sociales et des cultures ethniques et religieuses à partir desquelles elles sont engendrées. Ces formes de pluralisme, il faut les accepter et s'y adapter car elles sont inhérentes à toute société moderne et complexe. Elles peuvent être réprimées - au prix de la tyrannie et de la brutalité - mais elles ne peuvent jamais être éliminées.*<sup>34</sup> »

---

<sup>32</sup> Michael WALZER, *Pour une théorie de la justice distributive*, Magazine littéraire 301, 1998, p. 94.

<sup>33</sup> Michael WALZER, *Pluralisme et démocratie*, op. cit., p. 84.

<sup>34</sup> *Ibid.* p. 212.

Certes la démocratie est un héritage universel, mais elle se veut aussi être un répertoire de la mémoire collective de la société et un reflet de sa culture particulière. Ainsi, seule la définition de la démocratie par la différence permet de vanter le pluralisme et la diversité culturelle.

À la suite de ce raisonnement de Michael Walzer, nous définissons la culture de la démocratie comme une valeur universelle à expérience unique qui se construit dans une société au fil du temps et en tenant compte de la diversité des formes d'organisation sociale. Cette culture de la démocratie vante l'autodétermination et rejette toute forme de démocratie de surplomb parachutée de l'extérieur. Elle se construit dans la société et avec les institutions de la société civile. Or, dans une société arabe hantée par la figure du chef ou du protecteur, faut-il ignorer la diversité des organisations de la société ou chercher à la réduire ? C'est là notre problématique : comment *Al Jazeera* peut diffuser librement dans une culture où seule la figure légitimité de la parole autoritaire fait loi ?

Dans un article de Laurence Kaufman et Philippe Gonzalez intitulé « La démocratie est-elle nécessairement chrétienne ? <sup>35</sup> », les auteurs estiment que la référence aux valeurs religieuses est légitime et inévitable dans un espace public démocratique et qu'il serait donc irréaliste de chercher à dissocier les individus-citoyens de leurs appartenances religieuses ou identitaires. Ainsi, la réponse qu'ils proposent pour arriver à un certain équilibre entre liberté et particularité est de laisser une place à la différence.

Mais pour permettre aux valeurs religieuses et identitaires d'exister dans ce projet d'une société de débat, elles doivent changer leur statut dogmatique figé et se transformer en points de vue relatifs. C'est ainsi qu'elles pourront entrer dans le jeu pluraliste de la discussion et du dialogue. Cette vision de points de vue se justifie pleinement dans la slogan d'*Al Jazeera* « L'opinion et l'opinion opposé » et nous amène à définir le projet de la chaîne comme un projet pluraliste qui emprunte aux dispositifs de débat pour créer une culture d'échange et de partage.

## 1. *Al Jazeera* : une expérience réitérative

Le projet médiatique d'*Al Jazeera* s'avère ambitieux. Il promeut une vision médiatique libérale qui prend en compte les traditions culturelles particulières de la communauté arabo-musulmane.

---

<sup>35</sup> Laurence KAUFMANN, Philippe GONZALEZ, « La démocratie est-elle nécessairement chrétienne ? » *Raison-Publique.fr*, 01-2011.

Quelques années après le lancement de la chaîne qatarie, celle-ci s'est transformée en lieu de culte pour des millions de spectateurs arabes. Le projet médiatique d'*Al Jazeera* est un projet à contre-courant car il refuse de voir des individus séparés de leur société, repliés sur eux-mêmes. Dès le début, il accorde une valeur particulière à la libération de la voix citoyenne. Mais quelles sont les mises en scène et les dispositions de cette expérience de la libération qui respecte la voix singulière du peuple ? Pour s'arrêter sur ce parcours expérimental et ce récit de succès de la chaîne, nous nous appuyons à nouveau sur les travaux de Michael Walzer et sur sa définition de l'« universalisme réitérative ».

Dans sa défense du pluralisme, le philosophe Michael Walzer oppose deux formes d'universalisme, « l'universel surplombant » et « l'universel réitératif ». Le premier représente les valeurs que l'individu estime universelles et se permet donc d'imposer. « L'universalisme surplombant » consiste à normaliser la société et centraliser les pouvoirs. Sa devise est : « *il n'y a qu'un seul Dieu, donc une seule loi, une seule justice, une seule conception exacte de la vie bonne ou de la société bonne ou du bon régime.*<sup>36</sup> »

Cette conception s'oppose à « l'universalisme réitératif » qui se construit dans la multiplicité des rencontres et des expériences. Cet universalisme, contrairement au premier, ne repose pas sur une seule interprétation des expériences humaines. Il prend en compte non pas une histoire vue comme universelle, mais l'ensemble des histoires des peuples. Ainsi, il suppose que l'humanité se construise dans la diversité des cultures.

Dans « l'universalisme réitératif », les notions de bien et de mal ne sont pas fixées une fois pour toutes. Elles ont des sens différents selon les lieux, les moments et les expériences. Les valeurs morales en société reçoivent des applications très variées : elles s'articulent inévitablement à des circonstances et sont interprétés en fonction de critères « locaux » de la société.

Comment imaginer, par exemple, que le patriotisme ou l'amour de son pays soit vécu de la même façon dans un petit pays menacé sur le plan militaire et dans un État multinational en paix ? Pour Michael Walzer, c'est dans la succession des expériences et des rencontres que se créent, de façon réitérative, des formes universelles. Pour cette raison, pour lui il n'existe pas un ensemble de valeurs qui puisse « surplomber » tous les autres.

---

<sup>36</sup> Michael WALZER, *Pluralisme et démocratie*, op. cit., p. 84.

Sur ce point, la pensée de Michael Walzer rejoint les idées du multiculturalisme. À partir du moment où aucun critère ne peut être véritablement universel, selon lui, il est logique que les êtres humains créent leur morale au regard des expériences spécifiques qui sont les leurs. Autrement dit et si on prolonge le raisonnement, chaque communauté doit légitimement disposer du droit de définir les règles qui correspondent à sa culture, à ses habitudes et à sa coutume. « L'universalisme réitératif » dont parle Walzer est donc celui que chaque peuple, chaque culture, redécouvre à sa manière.<sup>37</sup>

Cette forme d'universalisme a deux avantages sur le premier : elle est sensible au particulier et aux différences et elle s'apprend par l'expérience et non par conviction dogmatique. « L'universel surplombant », pour faire très simple, est plutôt celui des dominants alors que « l'universel réitératif » est davantage celui des dominés.

Le projet d'*Al Jazeera* est défini par la différence. La chaîne qatarie se présente comme une chaîne d'information « réitérative » qui contraint mais qui ne rejette pas la diversité des individus. L'idée de la réitération permet de mieux comprendre la créativité éditoriale de la chaîne. L'objectivité, l'indépendance, l'originalité, la liberté, l'autonomie : toutes ces valeurs universelles sont largement défendues, mais elles ont toutes des implications particularistes chez *Al Jazeera*. Partant du principe que chaque projet se nourrit des expériences antérieures qui l'ont précédé, nous postulons que la chaîne qatarie adopte un modèle médiatique à la fois commun et particulier. À la lumière de ces distinctions entre une expérience de surplomb et une expérience réitérative, nous tenterons de déconstruire la vision médiatique promue par *Al Jazeera*.

À partir de notre compréhension de « l'universalisme réitérative » de Michael Walzer, nous définissons l'expérience réitérative comme une expérience d'émancipation, une quête de la reconnaissance et de la visibilité dont le principe immanent serait la différenciation par rapport à une expérience antérieure.

C'est à Doha que commence l'expérience d'*Al Jazeera*. Le terme porte différentes connotations. Claire-Gabriel Talon, spécialiste d'*Al Jazeera* discute les différentes interprétations du terme. Selon elle, Historiquement, le mot *Al Jazeera* renvoie au « *berceau géographique de la civilisation arabo-musulmane, à la péninsule Arabique, une zone géostratégique, à la jonction*

---

<sup>37</sup> *Ibid.* p. 88.



*entre le continent Asiatique et l'Afrique et dont le cœur aujourd'hui est le Moyen-Orient. Il réfère également à une petite péninsule à l'intérieur de la grande péninsule, l'émirat du Qatar, une oasis, une étendue de terre d'environ 10400 kilomètres carrés s'avancant dans le Golfe Persique.<sup>38</sup> »*

Néanmoins, cet îlot géographiquement important était invisible sur les cartes établies par les explorateurs occidentaux et indiens et absents dans leurs récits de voyage. Il était vu comme une extension de la côte saoudienne avant d'apparaître pour la première fois sous sa forme péninsulaire sur la carte d'Arrowsmith en 1825. L'Encyclopédie de l'Islam constate ce paradoxe entre la configuration spécifique de la presqu'île qatarie et sa soustraction des yeux des géographes avant le XIXème siècle :

*« Il est étrange que malgré sa configuration si caractéristique cette péninsule ait si peu attiré l'attention des Européens qui voyageaient dans la région du Golfe.<sup>39</sup> »*

Décidemment, l'annonce par le Qatar au mois de novembre 1996 du lancement d'une chaîne satellitaire d'information internationale est intrinsèquement liée à la volonté du cheikh Hamad ben Khalifa al-Thani d'émanciper l'émirat de l'influence saoudienne qui l'a hanté depuis le XIXème siècle.

Le Qatar, à peine plus grand que la Corse et moins peuplé que Paris, est aujourd'hui un géant pétrolier avec des ambitions territoriales. Maintenir une position indépendante des pays du Golfe permet en effet l'ascension au leadership des pays dans la région. Cette responsabilité grandiose impose à la petite presqu'île de jouer le rôle d'unificateur, chargé de réunir les îles séparées pour en faire une presqu'île d'Arabie.

Les multiples défaites des Arabes face aux Israéliens ont détruit complètement le rêve d'une nation arabe et ont divisé la société péninsulaire. Inquiets de l'identification de leurs sujets aux luttes du nationalisme arabe, les dirigeants saoudiens ont acquis la certitude que le contrôle du champ médiatique arabophone ne devait plus leur échapper. Pour s'assurer de leur contrôle, ils adoptent une stratégie de monopole, en rachetant ou en créant un ensemble de journaux, de

---

<sup>38</sup> Claire-Gabrielle TALON, *Al Jazeera. Liberté d'expression et pétromonarchie*, op. cit. p.16.

<sup>39</sup> Encyclopédie de l'Islam, 1978, t. IV, article « Katar », p. 782.

magazines ou de télévisions arabophones susceptibles de participer à la formation et à l'information de l'opinion publique arabe.

L'objectif est de prévenir toute critique contre le régime saoudien et plus précisément contre la famille royale. Cette stratégie a pris, après la guerre du Golfe de 1991, des proportions considérables. Le seul média panarabe influent échappant au contrôle saoudien était le quotidien *Al Quds al Arabi*, édité à Londres et dirigé par le journaliste palestinien Abdel Bari Atwan.

Pour de longues années, les médias nationaux arabes étaient contrôlés par les États. Ils avaient pour objectif de servir le gouvernement et d'asseoir la légitimité des régimes. Ainsi, le spectateur qui n'avait aucune voix à l'intérieur des journaux ou des bulletins télévisés a appris à mépriser et à mettre en doute tout ce qu'il entend, lit ou voit dans les médias, tenus de répéter des communiqués sans jamais les vérifier ni les critiquer.

Trois radios ont fait l'exception au sein du monde arabe : *Radio-Monte-Carlo*, *Voice of America* et la *BBC*. Or, le fait qu'elles soient occidentales leur a valu une certaine suspicion. En effet, à chaque fois que les Arabes font confiance aux médias officiels, ils finiront par les trahir. Ce fut le cas avec la radio Saout al-Arab (Voix des Arabes) durant la guerre israélo-arabe de 1967. Une semaine avant la fin de la guerre, la radio avait annoncé que les armées arabes avançaient vers la victoire. Puis soudainement, les peuples apprennent leur défaite par l'intermédiaire de sources étrangères.

Dès lors, les médias arabes furent discrédités. L'entrée de la télédiffusion par satellite dans le monde arabe en 1985 n'a pas changé grand chose. Les chaînes de télévision se sont multipliées sans apporter de nouveauté. Les programmes étaient biaisés d'un point de vue politique et évitaient d'aborder les deux grands sujets tabous : la politique et la religion.

Le positionnement éditorial d'*Al Jazeera* a donc rompu la cohérence de la stratégie médiatique saoudienne. Les options qataries ont bouleversé le champ médiatique arabe à tous les niveaux. L'ensemble de la stratégie médiatique qatarie est basée sur une préoccupation fondamentale : se distinguer de la stratégie médiatique saoudienne et démontrer son inefficacité et ses impasses.

Selon Mohammed El Oifi, spécialiste d'*Al Jazeera*, la chaîne qatarie joue sur trois critères pour se distinguer : le lieu d'implantation, le choix des hommes et l'idéologie de référence.<sup>40</sup>

## 2. *Al Jazeera* : chaîne panarabe de l'opinion et de l'opinion opposée

*Al Jazeera* s'installe à Doha et émet d'une capitale arabe, une première dans l'histoire des médias arabes à vocation internationale basés à Londres ou en Europe. Ce choix permet à *Al Jazeera* de bénéficier d'une liberté importante par rapport aux autres médias installés à l'étranger et contrôlés par les Saoudiens.

Parallèlement à cette implantation en terre arabe, *Al Jazeera* recrute des journalistes de toutes les nationalités arabes. Ce coup de génie met ainsi fin à la domination du secteur par les Libanais. En échappant à l'emprise saoudienne et libanaise, *Al Jazeera* légitime d'autres idéologies et permet une liberté de parole plus importante.

Parmi les vedettes d'*Al Jazeera* aujourd'hui, nous trouvons le Syrien Fayçal Al-Qassem, les Jordaniens Sami Hadad et Jamil Azer, le Tunisien Mohammed Krichen ou l'Algérienne Khadija bin Qenna. Ces derniers apportent le professionnalisme, la rigueur et la tradition de la BBC, mais dans un environnement, selon leurs propos, marqué par une liberté plus grande et un engagement plus aisé au service du téléspectateur arabe estime Hugh Miles.<sup>41</sup>

*Al Jazeera* a complètement bouleversé le paysage des médias arabes en proposant un support qui transmet d'une capitale arabe aux arabes et en tenant compte des besoins informationnels du spectateur arabe. Mais pour que ce média puisse être tout de suite opérationnel, il fallait saisir les bonnes opportunités. L'émir avait cette faculté de prévoir et d'anticiper.

Lorsque les Saoudiens ont abandonné le projet *BBC Arabe* mettant des journalistes, des techniciens et des cadres formés par la BBC au chômage, *Al Jazeera* a su les attirer donnant suite à leur rêve de voir naître une chaîne d'information à la hauteur de leurs attentes. Mais elle n'en est pas restée là, elle a créé sa propre ligne éditoriale. *Jazeera* a réussi à s'emparer de cette expérience, non dans le but de l'imiter, mais de manière à confronter son propre travail.

---

<sup>40</sup> Mohammed EL OIFI. *L'effet Al-Jazira. in: Politique étrangère* N°3 - 2004 - 69e année, p. 653.

<sup>41</sup> Hugh MILES. *Al-Jazira, La chaîne qui défie l'Occident*, Edition française, Buchet/Chastel, Paris, 2006, p. 42

Afin de définir l'identité d'*Al Jazeera*, rappelons-nous que la chaîne qatarie a été lancée par le cheikh Hamad ben Khalifa Al Thani en 1996, un an après qu'il ait renversé son propre père par un coup d'État. On le comprend déjà, l'histoire d'*Al Jazeera* est intimement liée à celle du pouvoir qatari.

À l'occasion du lancement de l'agence Reuters au Qatar en 1998, cheikh Hamad ben Khalifa al-Thani annonce : « *c'est un processus graduel jusqu'à la démocratie pleine et entière.*<sup>42</sup> » Il est clair qu'*Al Jazeera* fait partie du projet dit démocratique de l'émir destiné à moderniser le pays, à accroître sa visibilité sur la scène internationale, et en même temps à apporter une légitimité au nouveau régime. Pour réaliser ce projet, il fallait tout d'abord briser le monopole des médias américains sur l'interprétation des faits. Il était indispensable de rompre avec l'habitude prise par de nombreux pays arabes de contrôler de façon totale les messages délivrés par les médias. *Al Jazeera* propose donc une autre recette qui permet la confrontation des idées et des opinions. Sur la chaîne, on voit se débattre tout profile possible, des leaders israéliens aux responsables d'Al-Qaeda.

C'est là le point fort de ce projet, sortir des logiques d'informations nationales en créant un média régional créé par les Arabes et destiné au monde arabe dans un premier temps, puis au monde entier aujourd'hui. Avec *Al Jazeera* « les Arabes ont découvert pour la première fois une institution arabe qu'ils pouvaient respecter<sup>43</sup> », souligne Mostafa Souag, un ancien de la *BBC arabe*.

Le respect dont parle Mostafa Souag revient à la capacité d'*Al Jazeera* de mettre en scène ce que Michael Walzer appelle un « nouveau tribalisme ». Selon lui, partout dans le monde aujourd'hui, on a besoin de réaffirmer notre particularisme, notre identité nationale, ethnique et religieuse. De ce fait, la mise en place d'un espace médiatique de rencontre adapté aux besoins des diverses « tribus » serait capable de créer une forme d'union au sein de « la grande tribu<sup>44</sup> ». En d'autres mots, si l'espace médiatique permet à chaque tribu d'être représentée, il va permettre à chacun de s'identifier à la grande tribu. Conformément aux règles du « nouveau tribalisme », la prise de

---

<sup>42</sup> Cheikh Hamad ben Khalifa al-Thani, cité in Claire-Gabrielle TALON, *Al Jazeera. Liberté d'expression et pétromonarchie*, op. cit. p.16

<sup>43</sup> Hugh MILES. *Al-Jazira, La chaîne qui défie l'Occident*, op. cit., p. 44

<sup>44</sup> Michael WALZER, *Pluralisme et démocratie, Esprit*, op. cit., p.125

position prime sur la neutralité. Chose assumée par *Al Jazeera* qui revendique une ligne éditoriale orientée et engagée vers un arabisme avoué.

Cette vision d'arabisme assumée est en quelque sorte résumée dans le logo d'*Al Jazeera* calligraphié en arabe sous forme de larme. Il veut dire « l'île » ou « la péninsule » car comme l'explique le président de la chaîne, cheikh Hamad ben Thamer al-Thani, le Qatar fait partie intégrante de la péninsule arabique. Ses combats et ses ambitions sont aussi ceux de la chaîne présente dans chacune des histoires racontées.<sup>45</sup>



Fig. 5 Logo d'*Al Jazeera* avec le slogan de la chaîne « L'opinion, et l'opinion opposée »

Cette présence qui révèle un attachement à la culture arabe rend la chaîne complice du spectateur arabe. *Al Jazeera* n'est pas un observateur neutre sans voix, un narrateur omniscient qui relate simplement l'information, mais elle est un partenaire qui raconte l'histoire de l'intérieur, avec un point focal interne. Or, le slogan de la chaîne toujours en arabe en dessous du logo met le spectateur en garde contre un monopole de la parole faisant lire: « L'opinion, et l'opinion opposée ». Ensemble, le logo et le slogan racontent la destinée de la chaîne inextricablement liée aux événements qui continuent d'agiter le monde arabe.

---

<sup>45</sup> Hugh MILES. *Al-Jazira, La chaîne qui défie l'Occident*, op. cit., p. 21

### 3. Transgression des tabous : une télévision de débat

Aujourd'hui *Al Jazeera* rayonne dans le monde entier, même si la part la plus importante de son public réside au Moyen-Orient. Un public que la chaîne a réussi à fidéliser grâce à la qualité des émissions qu'elle diffuse, un combiné de diversité, de liberté de ton et surtout d'originalité. Parmi les nouveautés d'*Al Jazeera* est la faculté de susciter la controverse avec des invités inhabituels. Par exemple, *Al Jazeera* est la première chaîne arabe à avoir donné la voix aux Israéliens sur son antenne. Néanmoins, ce qui a permis à la chaîne de se faire remarquer véritablement dans le monde arabe, ce sont selon Hugh Miles, ses *talk-shows*.<sup>46</sup> Ces derniers ont fourni au public arabe une diversité et un indéniable accès à l'interactivité.

Jürgen Habermas<sup>47</sup> considère que, par « sphère publique », il faut entendre un monde social où l'accès est garanti à tous les citoyens et dans lequel toute chose ayant trait à l'opinion peut être formée. Une partie de la sphère publique se forge lors des conversations durant lesquelles des individus se rassemblent. Or, l'accès des citoyens arabes à un espace de débat des sujets sociétaux est quasiment interdit. La culture de débat médiatique est presque étrangère dans le monde arabe. C'est ainsi que l'arrivée des *talks-shows* d'*Al Jazeera* a bouleversé le paysage médiatique arabe. Pour la première fois, les téléspectateurs intègrent les débats et communiquent sans aucune restriction.

Décidément, la fabrication et la diffusion de l'information chez *Al Jazeera* se distingue des autres médias arabes et s'inscrit dans une logique qui favorise le partage et la coproduction. Chose qui n'aurait pas pu aboutir sans le développement de la télédiffusion et puis du web dans les 1990 comme l'explique Tristan Mattelart.<sup>48</sup> Dans un paysage médiatique arabe où l'opinion publique n'a pas sa place, la possibilité de participer dans les débats de la chaîne était presque révolutionnaire. La religion et la politique, les tabous absolus à la télévision arabe, sont discutés et les téléspectateurs y participent. Ils discutent, critiquent et s'en prennent aux invités des débats. À force de débattre sur des sujets politiques, socio-économiques et même religieux, les interdits tombent peu à peu. Les *talks shows* d'*Al Jazeera* réservent une place importante pour l'opinion

---

<sup>46</sup> Hugh MILES, *ibid*, p. 47

<sup>47</sup> Jürgen HABERMAS, *The Structural Transformation of the Public Sphere*, Cambridge, Polity, 1989.

<sup>48</sup> Olivier KOCH et Tristant MATTELARD, « Les enjeux de la circulation transnationale de l'information: des agences de presse aux plateformes du web », in *Géopolitique des télévisions transnationales d'information*, Édition mare et martin, Paris, 2016, p.31

publique. Le spectateur arabe participe à alimenter les débats par ses interventions téléphoniques. Aujourd'hui, la participation du public sur *Al Jazeera* se fait à grand échelle, non seulement dans les *talks shows* mais dans toutes les émissions et programmes de la chaîne et c'est à priori grâce au développement des réseaux sociaux.

Comment *Al Jazeera* réussit-elle à faire participer le public arabe dans ses *talks shows* et programmes ? Mohammed El Oifi trouve la réponse dans deux problématiques qui transparaissent dans toutes productions médiatique de la chaîne : nationalisme et pluralisme. Sur l'écran d'*Al Jazeera*, l'auteur constate la résurrection du courant nationaliste arabe dans les années 1990, enterré suite aux défaites des Arabes face aux Israéliens dans la guerre des six jours en 1967. Considéré comme un facteur unificateur dans l'imaginaire de la population arabe, le nationalisme arabe fait son grand retour sur *Al Jazeera*. Ce courant idéologique des années soixante est investi à fond par la chaîne pour créer un sentiment d'unité face aux pratiques politiques des dirigeants arabes qui favorisent la fragmentation de l'espace public. La prise de conscience d'*Al Jazeera* de l'importance du nationalisme dans la société arabe transparaît aisément sur les écrans de la chaîne et même dans le lexique employé et les problématiques abordées.<sup>49</sup>

Néanmoins, nationalisme et pluralisme vont ensemble chez *Al Jazeera*. L'un n'exclut pas l'autre. La cohabitation entre les concepts est tout à fait possible. L'émission hebdomadaire du journaliste syrien Faisal Al Qasim, *Al-Ittijah al-Muakis* « Direction opposée » fait l'exemple. Cette émission de débat qui existe depuis la naissance de la chaîne, est parmi les émissions les plus célèbres de la chaîne. La solidarité arabe vue comme la voie vers la libération est fortement revendiquée par le journaliste et ses invités. Or, cela n'empêche pas la pluralité des opinions sur le plateau de l'émission.

Afin de mieux analyser cette émission, notre étude sera divisée en deux parties. La première sera consacrée à l'étude de l'analyse sémiotique du corpus. Nous essayerons d'analyser les différents gestes produits par l'animateur ainsi que leurs significations. La deuxième sera l'étude comparative entre deux gestuelles de différentes personnes telles que l'animateur et ses invités. Notre corpus est un ensemble de trois vidéos de l'émission qui ont fait plus d'un million de vues sur *Youtube*.

---

<sup>49</sup> Mohammed EL OIFI. *L'effet Al-Jazira*. In: *Politique étrangère* n°3, *ibid.* p. 656

L'émission « Direction opposée » est présentée par Faisal Al Qasim, un Druze d'origine syrienne diplômé de l'université de Hull, où il a étudié – l'art dramatique. La thèse de doctorat d'Al Qasim portait sur des dramaturges britanniques iconoclastes, et l'animateur est fasciné par l'idée que les arts et le spectacle puissent transformer la société. Il n'est donc pas très étrange que « Direction opposée » soit basée sur une théâtralisation de l'actualité politique. C'est la raison pour laquelle il nous est apparu particulièrement intéressant d'analyser aussi bien la forme que le fond de l'émission.



Fig. 6 : captures d'écran de différents épisodes de « Direction opposée »

Comme le montrent les images ci-dessus, le studio de l'émission se trouve à Doha, la capitale de Qatar. Les couleurs chaudes du plateau sont empreintes de dynamisme. La disposition du plateau met les deux invités l'un en face de l'autre, et au milieu se trouve le présentateur qui distribue la



parole tandis que le public est absent. La caméra ne se déplace pas beaucoup, elle reste presque fixé au centre du plateau et se déplace quand l'un des invités prend la parole.

Dans *La télévision et ses mises en scène*, Hélène Duccini explique qu'en règle générale, les émissions politiques se prêtent particulièrement à l'organisation polémique opposant la droite et la gauche. Ce dispositif en duel montre deux concurrents et un arbitre : « Contrairement à la formule consensuelle, l'animateur arbitre n'est plus un maître du jeu au centre du dispositif. Il intervient pour faire respecter les règles certes, mais ne préside plus. Puisqu'il s'agit d'une joute verbale, la parole s'échange directement entre les participants.<sup>50</sup> » Le dispositif prévoit une longue table rectangulaire à chaque extrémité de laquelle se tiennent les adversaires. Au centre, face à la caméra, et face aux téléspectateurs, est assis le journaliste qui a pour rôle d'arbitrer le débat.

Au début de l'émission, l'animateur Faisal Al Qasim annonce le thème, les questions qui seront abordées ainsi que les personnalités qui viendront apporter des contradictions. Au cours de l'émission, il lance des questions, chaque invité prend la parole, commence à répondre et à donner son propre avis. Puis l'animateur commence à recevoir des objections par téléphone ou sur les réseaux sociaux à propos du sujet abordé. Très souvent, Al Qasim reformule l'opinion de l'invité et le provoque.

La formule de l'émission est donc très simple et provocatrice : deux invités aux opinions extrêmement opposées s'affrontent tandis que le présentateur met le feu aux poudres. Faisal Al Qasim explique : « *J'aime défroquer les personnages politiques et religieux. J'aime démystifier les idoles.* <sup>51</sup> »

Hélène Duccini attire l'attention sur l'importance de la gestuelle du meneur du jeu à la télévision : « *L'interviewer fait modèle, la qualité de son attention peut et doit guider celle du spectateur. Il capte le regard de l'invité et recrée la situation normale de la communication, qui passe à 75% par la parole et les gestes : les silences parlent, les mimiques, le sourire, le froncement du sourcil, une moue, quelquefois imperceptibles, en disant plus que de longs discours.* <sup>52</sup> »

---

<sup>50</sup> Hélène Duccini, *La télévision et ses mises en scène*, Armand Colin, Paris, 2011, p. 100

<sup>51</sup> Faisal Al Qasim cité in Hugh MILES, *Al Jazira : la chaîne qui défie l'Occident*. op. cit., p. 49

<sup>52</sup> Hélène Duccini, *La télévision et ses mises en scène*, op. cit., p. 80

Certes le rôle d'Al Qasim est d'animer le débat mais sa fonction est avant tout de s'assurer du bon déroulement de l'émission et du respect du temps imparti à chacun des intervenants. Chose qu'il fait souvent à l'aide des gestes des mains bien précis.

L'animateur Faisal Al Qasim adopte une posture naturelle, ses fameux gestes de la main sont spontanés, non contrôlés. Comme un véritable chef d'orchestre et avec un geste vif de la main il distribue ou coupe la parole aux invités. Tout au long de ses interventions, ses gestes de la main renforcent les paroles prononcées, mais avec la fermeté qui convient.

Quant aux invités, ils réagissent volontairement, en gesticulant par les mains. Parfois, ils se comportent avec violence, avec colère, soit avec l'animateur ou bien entre eux. Dans certains cas, les invités se meuvent rapidement et le débit de leur voix augmente, et d'autres fois ils s'insultent. Quant à Al Qasim il attise les tensions entre les invités. Lors d'une émission à laquelle il avait invité deux universitaires, l'un égyptien, l'autre libanais, il n'a pas hésité à poser la question suivante : « *Le Hezbollah est-il un mouvement de résistance ou une organisation terroriste ?* ». Et ce, avant que l'armée israélienne se retire du Sud-Liban, à une époque où le Hezbollah était considéré par presque tous comme un résistant respectable contre l'occupant israélien. Pour de nombreux Arabes, oser mettre en doute la légitimité du Hezbollah était en soi scandaleux et s'apparentait à une trahison.<sup>53</sup>

L'émission confronte souvent des points de vue détonants. Certains épisodes ont mené à des querelles internationales et ont causé à maintes reprises la suspension des relations diplomatiques entre le Qatar et plusieurs pays voisins. En novembre 1998, « Direction opposée » réunit un écrivain syrien et un ancien ministre jordanien des Affaires étrangères afin de débattre de la situation économique et politique du pays. Le Syrien explique alors que la paix chaude avec Israël a porté préjudice aux relations de la Jordanie avec ses voisins arabes. Le Jordanien réplique que tous les pays ont noué peu à peu des liens étroits avec Israël et que le cas de la Jordanie n'a rien d'exceptionnel. Puis le débat s'échauffe et l'un devient de plus en plus méprisant envers l'autre.<sup>54</sup>

Moins de vingt-quatre heures après la diffusion de l'émission, le ministre de l'Information jordanien à l'époque, Nasir Judah, annonce à la télé-nationale que si l'administration qatarie ne

---

<sup>53</sup> Hugh MILES, *Al Jazira : la chaîne qui défie l'Occident. op. cit.*, p. 49

<sup>54</sup> *Ibid.* p. 55

prend pas de mesures pour empêcher Faisal Al Qasim de « *cracher son venin* » et de « *poursuivre sa campagne délibérée et répétée contre la Jordanie* », il révoquera les accréditations des six employés du bureau d'*Al Jazeera* à Amman, ce qui, dans les faits, reviendrait à fermer celui-ci. Il précise que des excuses officielles sont la condition à la reprise des activités d'*Al Jazeera* à Amman. *Al Jazeera* refuse alors de rédiger un courrier d'excuses et le bureau de la chaîne restera fermé pendant quelques mois.<sup>55</sup>

Chaque semaine, les tabous tombent autour de débats houleux. Est-ce que l'islam était un obstacle au progrès social ? Est-ce que la maison des Saoud était corrompue ? Le Koweït faisait-il partie de l'Irak ? Les pays arabes devaient-ils autoriser l'Amérique à stationner des troupes sur leur territoire ?<sup>56</sup> Les questions interdites sont toutes permises.

Le théâtre de « Direction opposée » a vu tous types de comportements : hurlements, cris, menaces, départs précipités du plateau. Une fois, un libéral tunisien s'est présenté devant les caméras affublé d'une fausse moustache de manière à ce que les militants islamistes ne soient pas en mesure de le reconnaître. Malheureusement, dans le feu de la discussion, le postiche s'est décollé, ce qui a déclenché l'hilarité d'Al Qasim.<sup>57</sup>

Avec des sujets aussi sensibles choisis par Al Qasim qui enflamme les esprits et génère des réactions parfois explosives, on est bien loin du rôle pacificateur du journaliste revendiqué par les médias occidentaux, comme l'explique Claire- Gabrielle Talon : « *La posture adoptée par les journalistes de la chaîne remettait à ce titre en cause certains postulats fondateurs de la profession, et en premier lieu le rôle pacificateur traditionnellement attribué au journaliste. A travers la mise en scène d'une conflictualité exacerbée (...), les journalistes de la chaîne arabe se présentèrent moins comme médiateurs, des exorcistes, des pacificateurs ou des rassembleurs que comme des combattants.*<sup>58</sup> »

L'émission connue pour son franc-parler est devenue sans doute la plus populaire en son genre de l'histoire de la télévision arabe. Dans « Direction opposée », pour la première fois, des dirigeants

---

<sup>55</sup> *Ibid.* p. 55

<sup>56</sup> *Ibid.* p. 56

<sup>57</sup> *Ibid.* p. 50

<sup>58</sup> Claire-Gabrielle TALON, *Al Jazeera. Liberté d'expression et pétromonarchie*, *op. cit.* p. 213

arabes étaient présentés au grand jour comme des serviteurs hypocrites des États-Unis. Tout cela était du jamais vu et l'audience arabe a succombé immédiatement à la fascination.

La possibilité de se mêler au débat au prix d'un simple coup de téléphone était également sans précédent dans le monde arabe. En direct, les téléspectateurs peuvent s'adresser aux invités avec leurs questions et critiques sans le moindre différé. Mais aujourd'hui, les milliers de messages sur *Twitter* et *Facebook* de l'émission ont pris le dessus sur les appels téléphoniques. Même si les critiques restent divisées sur les mérites de l'émission, dans une région où la liberté de la parole est rare, un débat aussi ouvert que dans « Direction opposée » est toujours révolutionnaire.

Si les imitations aujourd'hui abondent sur d'autres chaînes arabes, aucune n'avoisine la popularité de l'original. Le jour où Al Qasim a cessé d'animer l'émission pendant quelques semaines, le standard était inondé d'appels de téléspectateurs qui protestaient et trouvaient que « Direction opposée » ait perdu son agrément. Selon eux, sans Al Qasim, l'émission pouvait tout aussi s'appeler « *Dans le sens de la direction* », vu qu'il n'y avait plus de vraies disputes.<sup>59</sup>

En même temps, ce *talk-show* a fait du Faisal Al Qasim l'une des personnalités les plus célèbres du monde arabe, mais aussi l'une des plus suspectes. Mécréant, communiste, franc-maçon, sioniste, nationaliste arabe, Al Qasim s'est vu traiter de tous types d'insultes : « *On m'a aussi accusé de collaborer avec les services de renseignements de tous les pays du monde, à l'exception du Togo et du Burkina*<sup>60</sup> », avoue-t-il.

La seconde émission emblématique d'*Al Jazeera* « *La Charia et la vie* » s'est arrêtée mais elle a quand même duré des années, Une fois par semaine, l'invité, presque toujours cheikh Youssef Al Qaradawi, résout les différents aspects de la vie moderne d'un point de vue religieux. Si, dans le monde arabe, ce prêcheur relève de l'institution, c'est aussi un des religieux des plus respectés. Au fil des ans, il a acquis une stature médiatique impressionnante en raison de sa conception progressiste de l'Islam et grâce à sa lecture du Coran favorable au progrès social tout en critiquant les dirigeants arabes pour leur vénalité et leur incompétence.

---

<sup>59</sup> Hugh MILES, *Al Jazira : la chaîne qui défie l'Occident. op. cit.*, p. 51

<sup>60</sup> Faisal Al Qasim, in Hugh MILES, *Al Jazira : la chaîne qui défie l'Occident, ibid.*



Fig. 6 : captures d'écran d'un épisode de l'émission « La Charia et la vie »

Dans cette deuxième émission, nous ne sommes pas dans un duel, l'éclairage sobre et clair renforce ce constat. Placé seul face à l'animateur, l'invité est dans une position de pouvoir. Sa tenue vestimentaire traditionnelle renforce son statut de référence religieuse de premier plan. En effet, si la manière de s'habiller dans une telle émission occupe une place importante, c'est parce qu'elle constitue la cible des regards des téléspectateurs. L'habillement donne en effet un premier éclairage sur la personne elle-même et sur son école de pensée. Néanmoins, dans cette position de supériorité, la communication se fait plus intime parce que le cheikh se trouve assis en face des téléspectateurs et au même niveau. Il reçoit leurs interrogations en direct, et parfois sans avoir le temps de préparer de façon précise les réponses, ce qui laisse libre cours à sa parole et à ses gestes.

Dans son émission, tout est abordé, de la politique à la sexualité, et le cheikh est connu pour sa franchise. « La Charia et la vie » suscite ainsi chaque semaine des milliers de questions venant des quatre coins du monde. L'une des émissions les plus mémorables de « La Charia et la vie » portait sur les pratiques sexuelles conformes au Coran. Il avait alors choqué les spectateurs les plus conservateurs en affirmant que, selon le Livre sacré, les parents n'avaient pas le droit de forcer leurs filles à se marier avec des prétendants qu'elles n'aimaient pas.<sup>61</sup>

Il est difficile pour un occidental de saisir comment ou pourquoi quelqu'un comme cheikh Al Qaradawi peut bénéficier d'une telle autorité. En effet, l'Islam attribue un grand prestige à ses théologiens les plus émérites et leurs fatwas, ou décrets religieux, ont un poids immense. Par contre, le cheikh est l'un des personnages les plus controversés. Son appartenance à l'organisation

<sup>61</sup> *Ibid.* p. 54

religieuse des Frères Musulmans s'opposant au gouvernement égyptien lui a valu l'expulsion de son pays natal, l'Égypte. C'est ainsi qu'il a trouvé refuge au Qatar qui l'a accueilli et qui lui a même donné une voix à travers cette émission.<sup>62</sup>

Cheikh Youssef Al Qaradawi est un avocat passionné d'Internet. Il a supervisé la création du site Islam Online ([www.islam-online.net](http://www.islam-online.net)) qui répertorie les fatwas ayant trait à la vie moderne. L'internaute musulman peut même envoyer un courrier électronique à son mufti favori afin de solliciter une fatwa électronique. Grâce à Internet et à ses interventions sur *Al Jazeera*, les jugements du cheikh influencent des centaines de millions de musulmans de par le monde, aussi bien sunnites que chiites. La plupart regardent ses opinions comme des recommandations utiles. Et pour certains, elles constituent des vérités inattaquables.

Au fil des années, Youssef Al Qaradawi est devenu l'un des hommes les plus influents de l'Islam contemporain. Mais l'opinion se divise quant à ses mérites, ses détracteurs le considèrent comme un serviteur dévoué du Qatar – en grande partie parce qu'il éprouve le même enthousiasme que la famille régnante pour les réformes dans le monde arabe. Mais aux yeux de ses partisans, il est avant tout un modéré qui milite en faveur de la science, de la démocratie et de stratégies de développement économique visant à réduire le fossé entre les riches et les pauvres.

Consacrer une émission entière à l'un des savants sunnites les plus influents dans le monde arabe, c'est la première raison qui fait que l'on accuse la chaîne de liens avec l'islamisme selon Mohammed El Oifi. Mais pour lui, cette accusation n'est pas tout à fait justifiée, car dès la création d'*Al Jazeera*, l'émir Hamad Ibn Khalifa Al-Thani a essayé de représenter les courants majoritaires dans le monde arabe : les islamistes, les nationalistes arabes et les libéraux. Ces trois courants sont ainsi présents dans la chaîne, et contrairement à ce que l'on croit souvent, « La Charia et la vie » est la seule émission religieuse d'*Al Jazeera*.<sup>63</sup>

La vision médiatique que promeut la chaîne dans ses débats politiques est basée sur la co-production. En multipliant les co-auteurs, la responsabilité devient collective. *Al Jazeera* est devenue une puissance médiatique régionale parce qu'elle incarne en quelque sorte les aspirations de la population arabe de liberté et de démocratie. Jihad Ballout, l'ancien directeur des relations

---

<sup>62</sup> *Ibid.* p. 54

<sup>63</sup> Entretien avec Mohammed El Oifi, politologue, spécialiste des médias arabes, chargé de cours à Science Po, publié le 04/03/2011, in [www.lemondesreligions.fr](http://www.lemondesreligions.fr), <https://goo.gl/nsNoYc>

publiques de la chaîne confirme : « *Quand nous avons commencé à transgresser les tabous du monde arabe qu'ils soient sociaux, politiques, religieux ou autres, à mon avis, le statu quo régional d'Alger au Yémen, s'est trouvé menacé par Al Jazeera* ».

Il poursuit : « *C'est à ce moment-là que les accusations d'être pro-israéliens, d'être financés par la CIA et ainsi de suite ont débuté, en particulier quand nous avons pris la décision professionnelle d'accueillir des représentants israéliens. La présence d'Israéliens à la télé n'inquiétait personne en tant que telle, simplement c'était la manifestation de tout ce qu'Al Jazeera avait toujours revendiqué.* <sup>64</sup> »

L'histoire d'Al Jazeera se dessine avec des personnages controversés, provocateurs dont la chaîne est le seul refuge. À l'image du Qatar, Al Jazeera est un berceau qui accueille tout le monde, des journalistes hors du commun ou des religieux aux opinions contrastées. Les deux exemples que nous avons saisis relèvent non seulement de l'originalité de la part de la chaîne, mais aussi son orientation vers plus de débats, de pluralisme et surtout d'ouverture au monde.

#### 4. Au cœur de grands événements : nommer autrement l'actualité

« *Jamais le monde n'avait vu le Proche-Orient comme il l'a vu après l'arrivée de la chaîne qatarote Al Jazeera.* <sup>65</sup> » Dans un sous-chapitre sur le rôle d'Al Jazeera dans le changement du paysage médiatique dans le monde arabe, Anil K. Gayan, ancien ministre des Affaires étrangères de la République de Maurice, estime que l'arrivée de la chaîne qatarie en 1996 a bouleversé la pratique et la rhétorique des relations internationales. Alors que le monde était plus ou moins habitué ou condamné à écouter et à accepter la version des médias occidentaux concernant l'actualité, Al Jazeera a donné un choix et une autre manière de traiter l'information.

La couverture par Al Jazeera des événements politiques des vingt dernières années a augmenté son audience internationale et a mis fin à la maîtrise de l'information dont jouissaient les Américains, notamment en politique étrangère. Son influence a poussé les médias arabes à se

---

<sup>64</sup> Hugh MILES, *Al Jazira : La chaîne qui défie l'Occident. op. cit.*, pp. 71-72

<sup>65</sup> Anil K. GAYAN, *La Realpolitik, élément incontournable des relations internationales*, CAIRN, Edition Armand Colin / Dunod, 2007/3, (n°67), p. 102

renouveler pour donner plus de place à la voix publique et aux courants idéologiques et politiques traversant les populations.

Au fil des années, le public arabe succomba à l'influence d'*Al Jazeera* pour la qualité de ses débats, mais aussi pour ses choix audacieux, à l'instar de l'ouverture d'un bureau à Bagdad et à Kaboul pour couvrir l'actualité de ces deux pays isolés sur le plan international. Un choix parfait qui a fait d'*Al Jazeera* la seule chaîne d'information en mesure de couvrir de près l'offensive américaine contre l'Irak en 1998. Ainsi, à peine les images des premières explosions diffusées sur *Al Jazeera* qu'elles étaient reprises par les chaînes du monde entier. *Al Jazeera* devient ainsi une référence pour des chaînes comme *CNN* et *BBC*, notamment en matière d'images grâce à ses journalistes, correspondants, caméramans présents sur les terrains de conflits.

Pour la première fois, une chaîne d'information arabe diffuse des images exclusives d'un grand conflit. Par ailleurs, elle propose sa propre version des faits. Filmer l'opération militaire en Irak était un scoop qui a permis à *Al Jazeera* d'avoir le monopole des images, des sujets et des interviews et de se faire connaître au niveau international.<sup>66</sup>

Le déclenchement de la deuxième Intifada, en septembre 2000, marque le début du processus d'arabisation de la chaîne et lui permet d'affirmer sa capacité à imposer sa lecture de l'événement. Les correspondants de la chaîne dans les territoires occupés et en Israël, Walid Al Omary, Chirin Abou Aqila, et Jivara Al Boudairi, sont ainsi devenus de véritables vedettes. Sur *Al Jazeera*, la couverture de la répression israélienne se fait alors sans concession ni précaution.

Pendant sa couverture de la deuxième Intifada, *Al Jazeera* a donné la parole à tout le monde, aux représentants de l'autorité palestinienne et même aux dirigeants des mouvements islamistes comme le Hamas et le Jihad islamique. L'accès aux médias n'est plus réservé uniquement aux membres du gouvernement. C'est sans doute cet aspect, plus que la médiatisation spectaculaire des affrontements entre Palestiniens et Israéliens, qui séduit les téléspectateurs arabes. Les visages et les discours des leaders de Hamas comme cheikh Yacine, Abdel Aziz Al Rantisi ou Mahmoud Al-Zahar concurrencent désormais, sur *Al Jazeera*, ceux de l'ex-président palestinien Yasser Arafat et les membres de son gouvernement.

---

<sup>66</sup> Hugh MILES, *Al Jazira : La chaîne qui défie l'Occident. op. cit.*, p.59



*Al Jazeera* a non seulement déverrouillé des portes fermées, mais elle a ouvert une fenêtre vers des voix interdites. Considéré comme l'ennemi numéro un au lendemain du 11 septembre, Oussama ben Laden multiplie les apparitions exclusives sur *Al Jazeera* pour s'adresser au monde. Le chef d'Al Qaeda prend l'habitude de passer par *Al Jazeera* pour diffuser ses messages de propagande. Une autre personnalité controversée a également utilisé *Al Jazeera* comme médiateur pour s'adresser au monde : l'ex-président irakien Saddam Hussein.

Pendant l'invasion américaine de l'Irak, il n'a pas hésité à apparaître sur la chaîne pour s'en prendre à la coalition. Chose qui a poussé l'ancien premier ministre britannique Tony Blair à accorder à *Al Jazeera* une interview en exclusivité afin d'expliquer la position de la coalition au sujet de ce qu'elle appelle la guerre contre le terrorisme.

Au lendemain de la dernière guerre contre l'Irak, *Al Jazeera* a bénéficié d'un accès privilégié aux dirigeants irakiens, l'un de ses correspondants a même accompagné l'offensive de l'armée américaine. Elle a donc réussi à faire parvenir aux téléspectateurs ses propres images, celles du front irakien et américain à la fois, en relayant parfois la propagande des deux camps.

Si *Al Jazeera* a donné la parole aux membres du gouvernement irakien aussi bien qu'aux Américains avec un réel souci d'équilibre, c'est le choix des mots utilisés durant cette guerre qui fut décisif. *Al Jazeera* a littéralement imposé à une grande partie des médias arabes, dès la deuxième semaine de la guerre, l'expression « forces d'invasion » pour désigner la coalition anglo-américaine. Ces mots ont eu une importance fondamentale dans la lecture de la guerre dans le monde arabe. La guerre présentée par les Américains et l'opposition irakienne comme une libération du peuple irakien est transformée sur les écrans d'*Al Jazeera* en « guerre d'occupation d'un pays arabe. »<sup>67</sup> De même, en recourant à l'expression, « ce que les Américains appellent le terrorisme » au lieu de « terrorisme », *Al Jazeera* a largement participé à la délégitimation de la campagne américaine.<sup>68</sup>

Avec les révolutions arabes en 2011, *Al Jazeera*, loin de retomber dans l'oubli, a réussi à s'imposer en tant que média incontournable. Le choix d'une couverture continue des soulèvements

---

<sup>67</sup> *Ibid.* p. 659

<sup>68</sup> Mohammed EL OIFI, *L'effet Al-Jazira*, In: *Politique étrangère* N°3, *op. cit.*, p. 658

populaires en Egypte a même poussé les manifestants massés au cœur de la Place Tahrir à installer des écrans géants imposés sur des toiles et des pans de mur pour suivre *Al Jazeera*.<sup>69</sup>

Obtenir des informations au moment des conflits est très difficile et *Al Jazeera* est l'unique média arabe à avoir pu couvrir chacun des grands évènements des dix dernières années, en obtenant à chaque fois des images exclusives - de la diffusion de la première vidéo de Ben Laden à la diffusion des images de la Place Tahrir en Egypte. Couvrir les grands conflits était si intense que par moment la chaîne s'est elle-même retrouvée dans l'œil du cyclone.

Au cours de l'année 2014, trois journalistes d'*Al Jazeera* ont été condamnés à sept à dix ans de prison, en Egypte. Leur crime ? Avoir soutenu les Frères musulmans, considérés comme membres d'une organisation terroriste par le régime du président égyptien Abdel Fattah Al Sissi. Mais derrière ces accusations, infondées selon les accusés, le régime égyptien a essayé de régler ses comptes avec *Al Jazeera*. Dès le début de la révolution égyptienne, la chaîne qatarie, qui disposait alors d'un bureau en Egypte, a donné une voix médiatique aux islamistes, notamment aux Frères musulmans.

Cette position a suscité la colère du régime égyptien, qui a fait tomber le président islamiste Mohamed Morsi et a lancé une chasse aux sorcières contre ses partisans. Face à cette affaire, *Al Jazeera* a lancé une campagne de solidarité avec ses trois journalistes. Chose qui a pris des dimensions internationales et a même poussé l'ex-président américain Barack Obama à appeler l'Egypte à libérer les trois journalistes d'*Al Jazeera* : « *Nous avons toujours poussé les gouvernements, pas seulement en Afrique mais partout dans le monde, à respecter le droit des journalistes à pratiquer leur métier (...). Et pour le sujet spécifique des journalistes en Egypte, il faut qu'ils soient libérés* <sup>70</sup> », a déclaré Obama lors de son allocution à l'issue du sommet États-Unis-Afrique. Cet appel d'Obama a été largement investi dans une campagne médiatique lancée par *Al Jazeera* en soutien aux journalistes détenus en Egypte. Il a été notamment réutilisé dans une vidéo courte de dix-neuf secondes, créée, diffusée largement sur son antenne et mise en ligne sur sa chaîne *YouTube*.

---

<sup>69</sup> Claire-Gabrielle TALON, *Al Jazeera, liberté d'expression et pétromonarchie*, op. cit., p. 219

<sup>70</sup> Barack OBAMA, article de presse « Egypte : Obama demande la libération des journalistes d'Al-Jazeera », in [www.rtl.fr](http://www.rtl.fr), publié le 07/08/2014 à 03:33, <https://goo.gl/p6COVk>



Fig. 7 : capture d'écran d'extrait du discours de Barack Obama utilisé dans une vidéo d'*Al Jazeera* et mise en ligne sur sa chaîne YouTube<sup>71</sup>

Face à une image, le spectateur se focalise spontanément sur le milieu. En conséquence, placer le sujet principal au centre facilite la communication et clarifie le message. Dans le premier plan, on voit tout de suite les trois journalistes d'*Al Jazeera*, vêtus de blancs et qui entrent dans la salle du tribunal. La musique très rythmique qui accompagne le mouvement des acteurs éveille tout de suite l'attention de l'auditeur, elle crée un climat de suspense. En même temps, elle sert de fond sonore à la voix très prenante d'un homme qu'on l'entend dire : « It's a clear violation of the freedom of the press » (C'est une violation claire de la liberté de la presse). On découvre tout de suite après qu'il s'agit du sénateur américain et de l'ancien candidat républicain à l'élection présidentielle, John McCain. La phrase courte exprime tout de suite la position américaine vis-à-vis de l'enfermement des journalistes d'*Al Jazeera*.



<sup>71</sup> Vous trouverez cette vidéo dans la clé USB ci-joint sous le nom Solidarité avec les journalistes d'*Al Jazeera* et sous le lien suivant : <https://www.youtube.com/watch?v=UtzYX59eetw>



Puis intervient une voix féminine qui déclare « *Al Jazeera* journalists have been convicted and jailed » (Les journalistes d'*Al Jazeera* ont été condamnés et emprisonnés), il s'agit d'une présentatrice d'un journal télévisé qui annonce que les trois journalistes d'*Al Jazeera* ont été reconnus coupables par le tribunal égyptien.



Les deux commentaires sont simples et les deux personnages, la journaliste et l'homme politique rapportent tout simplement les faits sans apporter d'explications. Puis se défilent des images du contexte. On voit apparaître les condamnés, le tribunal et le juge. Ensuite découlent des plans divers qui montrent la vague de solidarité internationale avec les journalistes d'*Al Jazeera* et apparaît l'ex-président américain Barack Obama qui reconferme le refus américain de l'emprisonnement des journalistes d'*Al Jazeera*.





Fig. 8 : captures d'écran des plans de la séquence vidéo

En fin de spot tombent le slogan « أن تكون صحفياً .. ليست جريمة » (Être journaliste n'est pas un crime) et le logo d'*Al Jazeera*. Le message est clair. Au-delà de la solidarité avec les journalistes, la vidéo associe le métier de journalisme à la souffrance. La mise en scène de l'enfermement des trois journalistes apporte une touche d'authenticité et participe dans le processus d'héroïsation des prisonniers. La souffrance est réservée à celui qui met son corps au service de l'information. Avec cette mise en scène, nous ne sommes pas très loin de l'image du correspondant de guerre qui se trouve parfois dans des conditions houleuses pendant sa couverture des conflits.

## 5. *Al Jazeera* pendant les révolutions arabes : ascension et déclin

La couverture des révolutions arabes représente un moment clé dans les récits d'*Al Jazeera* car l'indépendance éditoriale de la chaîne a été mise à l'épreuve. La couverture des révoltes survenues en Tunisie n'était pas identique à celle de Bahreïn. Cela illustre bien une concomitance entre les choix éditoriaux et la politique qatarie. Avant les révoltes de 2011, les relations entre Tunis et Doha étaient tendues à cause des critiques d'*Al Jazeera* du régime de l'ex président Zine El Abidine Ben Ali. La chaîne n'avait jamais obtenu l'autorisation d'ouvrir un bureau en Tunisie.

Cependant, peu après le déclenchement des manifestations en Tunisie à la fin de l'année 2010, *Al Jazeera* était à la pointe de sa couverture médiatique malgré des conditions de travail difficile. Elle a couvert en continu la première révolution dans le monde arabe en s'appuyant sur les nouveaux médias du Web 2.0. Dès les premières manifestations à Sidi Bouzid, à la mi-décembre, les vidéos d'amateurs, tournées avec des téléphones portables, affluent sur la Toile. Signalées par Twitter, postées sur des sites d'information alternative tunisiens, puis reprises en boucle sur les réseaux sociaux comme *Facebook* ou *YouTube*, ces images au cœur de l'action atterrissent dans la salle de rédaction d'*Al Jazeera*, qui décide de les diffuser.

« C'était comme si au lieu d'avoir zéro caméraman, nous en avions cent d'un seul coup. La qualité technique était médiocre. Il était difficile de tout vérifier. Mais en fin de compte, on a préféré prendre le risque de diffuser ces vidéos que d'être absent à un moment pareil <sup>72</sup> », dit Mohamed Krichen, présentateur d'*Al Jazeera*.

Au lendemain des révoltes, *Al Jazeera* a clairement pris le parti des soulèvements populaires. Parallèlement, le Qatar a été le premier pays arabe à saluer la révolution tunisienne et à lui annoncer son soutien. « Là où le Qatar ne voit pas de menace pour sa sécurité ou sa stabilité, il s'est positionné du côté du soulèvement, en partie parce que cette action est populaire et participe à sa volonté de se créer une image de marque positive et d'envisager l'avenir. <sup>73</sup> » Le fait de soutenir les aires du changement en Tunisie s'est encore confirmé avec le resserrement des relations entre le Qatar et les opposants au régime en place, le parti *An Nahdha*.

De même, les relations entre le Qatar et le Bahreïn étaient tendues. En 2002, le bureau d'*Al Jazeera* a été fermé à Manama. À plusieurs reprises, la chaîne a été accusée par les autorités bahreïnes de non-respect des règles professionnelles. Cependant, lorsque Doha et Manama ont réglé leurs vieux contentieux, *Al Jazeera* a pu reprendre sa couverture médiatique vers 2007. Or, vu que le Qatar et le Bahreïn font partie des pays du Golfe, les enjeux sont bien évidemment différents.

En 2011 durant les manifestations de Bahreïn, *Al Jazeera* s'est démasqué ou a changé de masque: l'enthousiasme médiatique se métamorphose en manque d'intérêt, la couverture audacieuse se transforme en couverture timide et la propagande révolutionnaire cède la place à un ton quasiment neutre. De nombreuses hypothèses sont avancées pour expliquer cette nouvelle stratégie de prudence dans la ligne éditoriale d'*Al Jazeera* : certains estiment que c'est un choix politique vu l'énorme pression exercée par l'Arabie Saoudite sur le Qatar, et d'autres disent que l'enjeu est confessionnel. En effet, l'opposition à Bahreïn est dirigée par des Chiites, considérés par le gouvernement bahreïni comme alliés à l'Iran, le pays qui représente la plus grande menace pour les pays du Golfe.

---

<sup>72</sup> Mohamed KRICHEN, in « *Al-Jazeera à la pointe de la révolution tunisienne* », *Le Monde*, 19 janvier 2011, <https://goo.gl/5IO1Ug>

<sup>73</sup> Paul SALEM et Huib DE ZEEUW, « Les grandes ambitions d'un micro-État », *Moyen-Orient*, 2012, n°16, p. 48.

C'est donc pour éviter l'accroissement de l'influence de Téhéran que le Qatar s'est rangé du côté du roi de Bahreïn. Plus encore, lorsque ce dernier a décrété le 14 Février 2011 l'État d'urgence dans son pays et a lancé un appel aux pays du Golfe pour réprimer les manifestants, le Qatar ainsi que l'Arabie Saoudite et les Émirats Arabes Unis soutiennent ouvertement cette décision.<sup>74</sup> La fragilité du Qatar tout comme celle d'*Al Jazeera* est donc apparues au grand jour suite aux révolutions arabes. C'est ce qui montre bien que la sécurité du petit émirat passe avant toute aspiration libérale ou démocratique.

## 6. Les conceptions de l'opinion et de la neutralité dans la politique éditoriale d'*Al Jazeera*

Très rapidement après son lancement, *Al Jazeera* est devenue le symbole de la libéralisation des médias arabes et de l'émergence d'une opinion publique. Toujours au bon endroit et au bon moment, que ce soit pour couvrir les attentats du 11 septembre en 2001, la guerre en Afghanistan, la deuxième Intifada ou la guerre en Irak, *Al Jazeera* doit son succès à la cohabitation dans sa ligne éditoriale entre objectivité et non-neutralité.

Selon Claire-Gabrielle Talon, l'objectivité concerne le traitement médiatique équilibré des sources. Quant à la neutralité, elle est plus ou moins relative car elle concerne des choix éditoriaux qui sont liés à la politique de la société médiatique. Certains journalistes d'*Al Jazeera* partagent cet avis : « *Le journalisme arabe a de grandes responsabilités : numéro un, il doit transmettre les informations. Numéro deux, il doit discuter ces informations, provoquer le débat, la controverse : les choses ne sont pas données, on a le devoir de discuter, d'enquêter et de trouver les informations qui sont derrière les informations. L'objectivité, elle n'existe pas, l'homme est subjectif sans le vouloir. Par exemple, moi, je suis musulman et saoudien, et je discute d'une autre religion : je penche, sans m'en rendre compte.*<sup>75</sup> »

*Al Jazeera* transmet du Qatar, un des pays du Golfe. Logiquement, elle est plus sensible à la mémoire et aux appartenances locales de la société Arabe. Cette sensibilité est particulièrement

---

<sup>74</sup> Aymane CHAOUKI « *L'Occident et le « printemps arabe » : un choix entre Realpolitik et Démocratie* » *affaires-strategiques.info*, [www.iris-france.org](http://www.iris-france.org), Mars 2011, <https://goo.gl/Mce1M6>

<sup>75</sup> Entretien avec Ali Al Daffiri, présentateur et reporter, Doha, mai 2006, in Claire-Gabrielle TALON, *Al Jazeera. Liberté d'expression et pétromonarchie*, *ibid*, p. 191

forte quand elle concerne la part de la morale se préoccupant des interdits et des prescriptions qui gouvernent la société arabo-musulmane. Ce sont là des domaines où *Al Jazeera* détermine elle-même ses propres interdits et prescriptions. Ici s'incarne la non-neutralité revendiquée par *Al Jazeera*.

En effet, *Al Jazeera* est la première chaîne arabe d'information en continu. Le choix de la continuité représente un changement radical dans le paysage médiatique arabe qui privilégiait jusqu'alors des programmes de divertissement. Ce changement dans le paysage médiatique s'est confirmé par la chaîne, notamment lors de sa couverture médiatique des grands conflits. *Al Jazeera* jouissait d'un accès privilégié au terrain du conflit. Ses journalistes parvenaient à s'infiltrer là où il était interdit aux autres journalistes de se rendre.

À titre d'exemple, au cours de la guerre d'Israël contre le Liban, aux mois de juillet et août 2006, le type de couverture médiatique proposée par les chaînes satellitaires se divisait en deux catégories : une couverture consacrée au conflit sur le terrain et une couverture réservée aux efforts diplomatiques déployés afin de faire cesser les hostilités. Selon une étude menée au trentième jour de la guerre, *Al Jazeera* accordait au terrain (80%) et à la diplomatie, au direct (live) et aux reportages préenregistrés (20%).<sup>76</sup> Très clairement *Al Jazeera* se distingue radicalement de ses concurrentes par les priorités remarquables qu'elle accorde au terrain.

Une autre étude citée par Claire-Gabrielle Talon sur le traitement comparé par *Al Hurra*, *Al Arabiya* et *Al Jazeera* du trentième jour de la guerre israélienne de juillet 2006 contre le Liban montre par exemple que la couverture de la chaîne fortement axée sur les opérations au sol et les attaques du Hezbollah sur Israël aux dépens des manœuvres diplomatiques fut de ce fait plutôt favorable au Hezbollah.

Cependant, pour Claire-Gabrielle Talon, il serait injuste de traduire l'abandon de neutralité en revendication de partialité. Les études quantitatives montrent que, malgré son empathie envers l'une des parties représentées, l'équilibre des sources demeure largement respecté chez *Al Jazeera*. Le « point de vue » adopté par la chaîne n'implique pas une inégalité dans le traitement des sources. *Al Jazeera* était la chaîne qui proposait le ratio le plus équilibré entre les sources libanaise

---

<sup>76</sup> Jihad BITAR, *Pan-Arabe Television News... Winners and Losers. How AlHurra, AlArabiya and Al Jazeera Fared on Day 30 of Lebanon war 2006*, Beyrouth, Comtrax solutions, 2006, p. 4



et israélienne. Le pourcentage consacré aux deux parties était strictement égal : 18% pour les deux. Même constat lors de la bataille de *Nahr al-Bared*<sup>77</sup> (mai-septembre 2007) : 33% pour les pro-gouvernementaux, 34% pour les opposants et 31% pour ceux affichant leur neutralité.<sup>78</sup>

La défense de la notion de « point de vue » n'implique pas un traitement partial ou univoque de l'actualité. En l'occurrence, les couvertures de la chaîne respectaient scrupuleusement l'équilibre contradictoire si cher aux journalistes occidentaux plus qu'aucun média en présence sur le terrain proche-oriental

L'importance accordée au travail de terrain permet à la chaîne d'établir sa notoriété et sa réputation. Mais, selon Claire-Gabrielle Talon, elle donne surtout aux journalistes d'*Al Jazeera* les moyens de « promouvoir un discours critique sur le journalisme occidental et de jeter les bases de ce que pourrait être une école journalistique arabe en utilisant pour ce faire des images exclusives, susceptibles de donner à voir une autre scène.<sup>79</sup> »

Dès le début de la seconde *Intifada*, il était clair que les journalistes d'*Al Jazeera* n'adoptaient pas la posture « neutre » conventionnelle du journalisme. Ils prenaient non seulement une distance à l'égard du concept d'« objectivité », mais aussi vis-à-vis de la sacralisation des faits qui domine le journalisme occidental. « *Etre objectif n'est pas facile dans cette région, parce que nous vivons ici. Nous appartenons à ce peuple. Et cette situation nous appartient aussi, et nous avons nos opinions*<sup>80</sup> » déclarait ainsi Walid Al Omary, directeur du bureau de Ramallah en 2002 dès le début de la seconde Intifada. Cette prise de position dévoile une vraie rupture avec la posture neutre et pacificatrice du journaliste occidental.

---

<sup>77</sup> La bataille de *Nahr el-Bared* (2007) est le combat livré par l'armée libanaise contre une organisation terroriste clandestine du nom de Fath el-Islam, qui s'était implantée dans le camp palestinien de *Nahr el-Bared*, avec l'intention à long terme de créer un Emirat islamique au Liban.

<sup>78</sup> Claire-Gabrielle TALON, *Al Jazeera. Liberté d'expression et pétromonarchie*, op. cit., pp. 214-215

<sup>79</sup> *Ibid*, p.183.

<sup>80</sup> Mohammed El NAWAWY et Adel ISKANDAR, *Al-Jazeera : How the Free Arab News Network Scooped the World and Changed the Middle East*, Boulder (co), Westview Press, 2002, p. 53

## 7. Montrer la violence : une iconographie de la violence assumée par *Al Jazeera*

*« L'image est une succession d'actes. D'abord les actes de celui qui la conçoit, la fabrique, la construit, l'invente, auteur individuel ou collectif. Puis les actes de celui qui la montre, lui donne sens dans l'espace public, lui assigne une fonction sociale, la canalise dans un espace institutionnel. Enfin les actes de celui qui la regarde, la modèle, la récupère, se l'approprie, dans ce grand mouvement que sont les mystères de la réception, dans ce travail de braconnage du spectateur. C'est donc dans la pertinence de la place de l'auteur dans son film, dans la pertinence de la place qu'il donne au spectateur, dans l'impertinence aussi des conditions de sa projection que toute image devrait être montrée. <sup>81</sup> »*

Frédéric Lambert sémiologue et professeur à l'Institut français de presse (IFP) de l'université Paris 2 Panthéon-Assas estime que l'image devrait être montrée dans ses conditions de fabrication et de réception. Or, dans le flux ininterrompu des informations télévisées, ces conditions ne peuvent pas toujours être remplies. Dès lors surgit la violence des images. Mais devant cette situation d'impuissance, les médias doivent-ils montrer ces images « orphelines » dénuées de leur contexte historique et politique ? Comment vivre le spectacle de la violence présenté par les images télévisuelles ? Quel lien la spectacularisation de l'information établit-elle avec l'imaginaire et le besoin individuel d'action ?

Selon Emmanuel Taïb, professeur de science politique à l'université de Lyon, le contrôle de la représentation de la violence concerne la proximité géographique par rapport à un événement.<sup>82</sup> La presse française a par exemple montré bien peu d'images du génocide au Darfour en 2003, par rapport à sa couverture importante d'autres conflits (Afghanistan, Irak, Israël), où elle disposait de nombreux correspondants sur place. Plus récemment, prenons l'exemple de la photo de la dépouille d'un enfant syrien, Aylan al-Kurdi retrouvé mort sur une des plages de la station balnéaire de Bodrum en Turquie.

---

<sup>81</sup> Frédéric LAMBERT, « L'image en actes, l'engagement du regard et les conditions de ses interdits », in *Les interdits de l'image*, 2ème Colloque international Icône image éditions Obsidianes. 2006

<sup>82</sup> Emmanuel TAÏB. « Faut-il montrer les images de violence ? », *La vie des idées*, publié le 07 juillet 2015, pp. 2-3, in <https://goo.gl/CXac38>

Alors que la presse du monde entier diffuse sans floutage la photo de l'enfant, la télévision française fait acte de prudence et choisit de flouter le visage de l'enfant. Maîtriser l'image peut être motivé par la volonté d'occulter cette violence de proximité. Or, il peut aussi se justifier par le refus de servir une propagande. À titre d'exemple, *France 24*, la chaîne d'information internationale en France, ne montre jamais à la télévision le discours des organisations considérées par l'État comme « terroristes ».

Ainsi, sous prétexte de lutter contre la diffusion de la propagande terroriste, il est strictement interdit d'entendre ou de voir un « terroriste » en train de parler à l'antenne. La vidéo de son discours connaît trois phases de transformation avant d'être diffusée à l'antenne. Chose que je vis lors de mon travail à la rédaction de *France 24*. Comme le montre l'image ci-dessous, d'abord, la vidéo du discours est remplacée par une image fixe du « terroriste » présumé, ensuite son discours audio est transcrit sur un fond blanc, et enfin la voix d'origine est substituée par la voix d'un journaliste qui lit et cite l'auteur du message.



Fig. 9 : capture d'écran d'un reportage de *France 24* arabe<sup>83</sup>

Dans les médias occidentaux, les images de violence sont traitées d'une façon différente des autres images. C'est comme si ces images allaient, dans le cas inverse, accéder au statut d'images iconiques. C'est ainsi que ce que la guerre fait aux corps n'est pas montré, comme ne sont pas montrés les décapitations d'otages, les victimes d'attentats ou les cadavres. Des plans entiers du

<sup>83</sup> Vous trouverez cette vidéo dans la clé USB ci-joint sous le nom Reportage France24 et sous le lien suivant : <https://www.youtube.com/watch?v=Rj-Y5ErkVGw>

réel échappent à la médiatisation, c'est comme si ce qui n'était pas vu ne se produisait pas ou du moins était lointain.

Cette mise à distance se justifie dans la méthode journalistique qui s'est institutionnalisée au cours des XIX<sup>ème</sup> et XX<sup>ème</sup> siècles en Occident. Selon Claire-Gabrielle Talon, au cours de la seconde moitié du XIX<sup>ème</sup> siècle, les nombreux débats journalistiques sur les procédures d'établissement de l'objectivité opposaient deux traditions : la recherche d'une factualité pure et la mise en scène d'interprétations contradictoires d'un même événement. Dans les années 1970, le courant de *new journalism* apparaît aux États-Unis et plaide pour l'introduction de techniques de fiction dans les rédactions.<sup>84</sup> Petit à petit, l'accès à l'objectivité est vu comme le ressort d'un discours « dialectique » où le pluralisme et la confrontation des idées contradictoires sont respectés. Selon Michel Foucault, cette tradition « dialectique » s'est imposée en Europe au fur et à mesure que la société a tourné la page des guerres qui la déchiraient durant la période médiévale :<sup>85</sup>

*« La dialectique codifie la lutte, la guerre et les affrontements dans la logique, ou soi-disant logique, de la contradiction (...). Enfin (elle) assure la constitution, à travers l'histoire d'un sujet universel, d'une vérité réconciliée, d'un droit où toutes les particularités auraient enfin leur place ordonnée (...) La dialectique c'est la pacification, par l'ordre philosophique et peut-être par l'ordre politique, de ce discours amer et partisan de la guerre fondamentale. »<sup>86</sup>*

En ce sens, Michel Foucault associe la tradition dialectique au registre de l'ordre et de la paix. Claire-Gabrielle Talon va encore plus loin et confirme qu'après les guerres, les paysages audiovisuels occidentaux étaient dominés par deux impératifs : la garantie du pluralisme, la sauvegarde de l'ordre public. Le journaliste commence à jouer le rôle de pacificateur. Plus tard avec la naissance du reportage, la séparation de principe entre « les faits » et « les opinions » impose, en matière d'information, un style impersonnel du fait. Ainsi, l'occultation des images violentes dans les médias occidentaux et l'apaisement des sensibilités sont indissociés de l'objectivité journalistique.

---

<sup>84</sup> Claire-Gabrielle TALON, *Al Jazeera. Liberté d'expression et pétromonarchie*, op. cit., p. 198

<sup>85</sup> Michel FOUCAULT, « Il faut défendre la société », Cours au collège de France (1976), Paris, Gallimard-Seuil, coll. « Hautes Etudes », 1997, p. 42

<sup>86</sup> *Ibid.*, p. 50

En revanche Claire-Gabrielle Talon constate que le « point de vue » revendiqué par *Al Jazeera* repose avant tout sur un refus de censurer les images de violence : « *C'est en donnant à voir l'impensé du discours informatif occidental, ses interdits et ses tabous, qu'Al Jazeera en vient à incarner une scène où sont discutés et mis en cause les principes qui informent la pratique du journalisme en Occident* <sup>87</sup> ». Les journalistes d'*Al Jazeera* adoptent une posture engagée qui va contre le « rôle consensuel et pacificateur » promu par le journalisme occidental.

Or, en montrant les images de la guerre, *Al Jazeera* critique ouvertement les pratiques des chaînes occidentales vis-à-vis les images de la violence. Selon Claire-Gabrielle Talon, dénoncer la réalité de la guerre est un moyen « *de remettre en cause la partialité du journalisme occidental occultée par le discours rationnel de l'information.* <sup>88</sup> » Face à la tradition journalistique qui revendique la « neutralité », *Al Jazeera* défend plutôt la notion de « point de vue » qui n'est pas à voir comme une entrave à un traitement équilibré des sources, mais comme une revendication d'un regard arabe sur la réalité du monde.

Les journalistes d'*Al Jazeera* vont encore plus loin et remettent en question le concept d'« objectivité » tel qu'il est vu dans le média occidental. Salah Naggem, rédacteur en chef d'*Al Jazeera* entre 1996 et 2003, pointe du doigt la différence entre les faits et les opinions : « *L'opinion des gens est partie de l'événement. Le fait ne peut pas être indépendant du point de vue. Trois explications, c'est trois opinions.* <sup>89</sup> »

Ces efforts de réflexions sur le travail journalistique manifestent une séparation vis-à-vis de la sacralisation des faits qui domine le journalisme occidental. Ainsi, Ali Al Daffiri, présentateur et reporter d'*Al Jazeera*, explique: « *le journalisme arabe a de grandes responsabilités : premièrement, il doit transmettre les informations. Deuxièmement, il doit discuter ces informations, provoquer le débat, la controverse : les choses ne sont pas données, on a le devoir de discuter, d'enquêter et de trouver les informations qui sont derrière les informations.*

---

<sup>87</sup> Claire-Gabrielle TALON, *Al Jazeera. Liberté d'expression et pétromonarchie*, op. cit., pp. 192-193

<sup>88</sup> *Ibid.*

<sup>89</sup> Salah NAGGEM, cité in Claire-Gabrielle TALON, *Al Jazeera. Liberté d'expression et pétromonarchie*, *ibid.*, pp. 192-193

*L'objectivité, elle, n'existe pas, l'homme est subjectif sans le vouloir. Par exemple, moi, je suis musulman et saoudien, et je discute d'une autre religion : je penche, sans m'en rendre compte.*<sup>90</sup> »

La revendication de l'objectivité en dépit de la neutralité se révèle trais clairement dans sa couverture de la lutte palestinienne contre l'occupation israélienne qui occupe une place très importante par rapport à d'autres sujets d'actualité.

En effet, *Al Jazeera* est la seule chaîne d'information internationale arabe qui présente le palestinien comme combattant et martyr. Cette image héroïque du palestinien est très différente de celle décrite par les médias occidentaux. Selon Claire-Gabrielle Talon, le point de vue revendiqué par *Al Jazeera* est à voir comme un discours critique vis-à-vis ces médias. « *En mettant en scène les non-dits des grandes chaînes occidentales d'information sur le conflit israélo-palestinien et les guerres afghane et irakienne, en dévoilant les réalités de l'occupation et de la guerre, elle dénonçait derrière le dispositif informatif occidental et ses codes déontologiques universalistes une complicité avec les dictatures arabes et une manipulation historique quant à la réalité de la catastrophe palestinienne.*<sup>91</sup> »

Dans cette perspective, la diffusion abondante des images de violence est à interpréter comme un discours critique de la part de la chaîne. Elle permet aux journalistes d'*Al Jazeera* de dénoncer les choix éditoriaux des chaîne américaines et européennes en les montrant comme complices dans le camouflage de la violence israélienne vis-à-vis les palestiniens.

L'audace des journalistes d'*Al Jazeera* n'en manque pas à l'antenne. Une fois, en 2006, lors de la guerre israélienne contre le Liban, le porte-parole de l'armée israélien disait à l'antenne que les raids visaient des cibles militaires alors que les images montraient des enfants, dès lors le présentateur avait attaqué ouvertement l'invité et lui disant : « *Tu mens et les images te contredisent.* ». Or, il semble que cette attaque ouverte et directe vis-à-vis un représentant du gouvernement israélien ait avoir un lien avec le calvaire des journalistes d'*Al Jazeera* en Palestine, pris plusieurs fois comme cible par l'armée israélienne notamment durant le deuxième Intifada en 2000.

---

<sup>90</sup> Ali Al DAFFIRI, cité in Claire-Gabrielle TALON, *Al Jazeera. Liberté d'expression et pétromonarchie, ibid*, pp. 192-193

<sup>91</sup> Claire-Gabrielle TALON, *Al Jazeera. Liberté d'expression et pétromonarchie, ibid*, p. 193

## 8. Promotion de la figure du journaliste combattant et martyr

Sur *Al Jazeera*, le journaliste ne détient pas le rôle d'un pacificateur. À la place est mis en scène un journalisme combattant et engagé qui ne revendiquant pas la neutralité mais la quête de la vérité. On se demande alors, d'où vient un tel amalgame entre l'identité du journaliste et celle du combattant ? Chez *Al Jazeera*, l'information vient directement de ses correspondants et journalistes présents physiquement sur place. Elle vient du terrain. Mais, à la différence des journalistes des médias occidentaux, qui durant un conflit ont des envoyés spéciaux venus de l'étranger. Les journalistes d'*Al Jazeera* sont locaux, ils sont avant tout des citoyens dans les pays auxquels ils travaillent. Cela explique l'aisance avec laquelle ils accèdent aux zones des conflits par rapport à leurs homologues étrangers. C'est la raison pour laquelle durant la deuxième Intifada en 2000 par exemple *Al Jazeera* possédaient des images exclusives des conflictualités.

Dans ce sens, la revendication d'un point de vue arabe est moins liée à une conception combattante du travail journalistique. Mais en montrant des images de la violence, les journalistes d'*Al Jazeera* dévoilent la violence dont ils sont en même temps victime.

Au printemps 2000, en visite diplomatique à Doha, l'ex-président égyptien Hosni Moubarak exprime auprès de ses hôtes le désir de satisfaire sa curiosité quant à cette jeune chaîne de télévision qui lui a causé tant de soucis. Lorsqu'il se présente à l'improviste vers minuit dans la petite rédaction d'*Al Jazeera*, les employés, surpris, lui font volontiers faire le tour des locaux. Le chef d'État et son entourage sont alors déconcertés par des moyens aussi modestes à l'époque : « Dire que tous mes ennuis proviennent de cette boîte d'allumettes ! <sup>92</sup> » s'étonne Hosni Moubarak.

En effet, quand *Al Jazeera* est fondée, la vision du journaliste combattant n'était pas envisagée. Mais, au fil des années et à cause de sa couverture importante des conflictualités dans le monde arabe, elle n'a pas cessé d'accumuler les ennemies. *Al Jazeera* n'a jamais été épargnée par les menaces et les chantages depuis sa création en 1996.

Quand on regarde *Al Jazeera* plus de quelques minutes, l'une des principales différences que l'on constate par rapport à d'autres chaînes d'information en continu, c'est le faible nombre de publicités. Il est possible de passer plus d'une heure devant *Al Jazeera* sans en voir une seule. Comme toutes les chaînes d'information, *Al Jazeera* est censée s'autofinancer principalement

---

<sup>92</sup> Hugh MILES. *Al-Jazira, la chaîne qui défie l'Occident*, op. cit, p. 21

grâce à la vente de créneaux publicitaires. Or, au Moyen-Orient, les règles sont un peu différentes. L'attribution de budgets publicitaires est une décision politique et l'Arabie Saoudite qui détient ce marché n'a pas hésité à utiliser cette arme contre *Al Jazeera*.<sup>93</sup>

En même temps, au fil des années, les bureaux de la chaîne ont été fermés un après l'autre pour un certain temps dans presque tous les pays arabes suite aux débats soulevés à l'antenne. La chaîne s'est vue même interdite d'entrer dans l'Arabe States Broadcasting Union en 1998 qui regroupait toutes les radios et les télévisions arabes. Le prétexte soulevé était que les membres de l'Union se devaient de justifier de leur attachement aux principes fondamentaux des médias arabes et de respecter la charte de la Ligue arabe.<sup>94</sup>

En 1999, *Al Jazeera* diffuse une interview exclusive avec Oussama ben Laden, l'homme le plus recherché par les Américains. Cet enregistrement marque le début de la consécration de la chaîne, mais aussi le début du calvaire de ses journalistes. Dès lors, *Al Jazeera* est vue comme la chaîne de Ben Laden et tout contact avec ses journalistes a été interdit. Cette interdiction a mené par la suite à la censure d'*Al Jazeera* dans plusieurs pays arabes.

Jihad Ballout, l'ancien directeur des relations publiques de la chaîne s'en souvient: « *Quand nous avons commencé à recevoir des plaintes, il y avait de quoi s'arracher les cheveux. Nous étions accusés en bloc d'être anti-israéliens par les israéliens, d'être des islamistes par les laïcs ou les Arabes nationalistes, d'être des nationalistes arabes par les Israéliens, les Américains et les islamistes, ainsi que d'être financés par la CIA, par Ben Laden, par Saddam Hussein... Et puis c'en est devenu comique.*<sup>95</sup> »

*Al Jazeera* a été accusée d'être pro-irakienne, pro-israélienne, pro-islamiste parmi d'autres. Mais le caractère contradictoire des critiques réfutait toutes allégations de partialité. Comme l'ont répété les porte-paroles de la chaîne, *Al Jazeera* n'a jamais cherché à offenser qui que ce soit, le but était de présenter aux téléspectateurs arabes deux facettes d'une même question, conformément au

---

<sup>93</sup> *Ibid*, p. 73

<sup>94</sup> *Ibid*, p. 57

<sup>95</sup> *Ibid*, p. 66



slogan d'*Al Jazeera* « L'opinion et l'opinion opposée », pour qu'ils puissent juger par eux-mêmes.<sup>96</sup>

Cependant, ces accusations ont tout de même eu de lourdes retombées politiques : tensions avec le Qatar, rappel des ambassadeurs, rupture des relations diplomatiques. À titre d'exemple, la Libye a rappelé son ambassadeur à la suite d'un épisode de « Direction opposée », le gouvernement tunisien a suspendu ses relations diplomatiques avec le Qatar pendant des années après que des membres de l'opposition islamique aient dénoncé sur la chaîne le non-respect des droits de l'homme en Tunisie.

Plus encore, dans la difficulté de brouiller le signal d'*Al Jazeera*, la réponse de certains pays arabes était de harceler ses correspondants, de rejeter les demandes de visa et de refuser de partager des images ou des équipements avec la chaîne. *Al Jazeera* est alors devenue un vrai cauchemar pour les régimes arabes au point que le gouvernement algérien ait opté une fois pour une solution radicale. Par exemple, en janvier 1999, dix minutes après le début de l'émission « Direction opposée », qui avait pour thème la guerre civile algérienne, l'électricité a été coupée au cœur de la capitale Alger.

On l'a bien compris, la guerre médiatique contre *Al Jazeera* est tout sauf métaphorique, à plusieurs reprises, aux bureaux de Kaboul, de Bagdad et de Ramallah, des bombes ou des missiles ont touché en direct des équipes de journalistes au travail, blessant gravement des cameramen et faisant tomber des caméras. Le 8 avril 2003, deux missiles ont touché le bureau de Bagdad et ont tué sur le coup le cameraman d'*Al Jazeera* sous l'œil de la caméra d'*Abu Dhabi TV*.

Par ailleurs, plusieurs correspondants de la chaîne ont été mis en examen : Sami Al Hajj, un cameraman soudanais arrêté par la police pakistanaise dans le sud de l'Afghanistan le 15 décembre 2001, a été incarcéré par l'armée américaine et a été transféré à Guantanamo en juin 2002 où il a passé plus de six ans.

Le 5 septembre 2003, la justice espagnole a arrêté le journaliste d'*Al Jazeera* Tayssir Allouni et l'a transféré à la prison de Soto del Real où il a été interrogé par le juge Garzon et placé en détention pour complicité et financement d'activités terroristes. Libéré pour raisons de santé après 48 jours

---

<sup>96</sup> *Ibid*, p. 68

contre une caution de 6000 euros et assigné à résidence, il a été écroué une seconde fois en décembre 2004, relâché en mars 2005, puis placé à nouveau en résidence surveillée avant d'être condamné à la fin du mois de septembre 2005 à sept ans de prison.

Les exemples sont nombreux. En novembre 2003, deux cameramen d'*Al Jazeera* (Salah Hassan et Suhayb al-Samarrai) ont été détenus deux mois à la prison d'Abu Ghraib. En avril 2004, 21 journalistes de la chaîne ont été détenus et interpellés par les troupes américaines. En outre, le 21 mai 2004, un assistant-cameraman, Rachid Hamid Wali, a perdu la vie dans une fusillade.<sup>97</sup>

À ce titre, *Al Jazeera*, qui a organisé du 23 au 25 février 2005 une conférence internationale à Doha intitulée « Combattre l'agression » (combating aggression) a été présentée par la rédaction non seulement comme le témoin privilégié de l'agression occidentale contre le monde arabe, mais aussi comme l'une de ses cibles principales :

« Chers téléspectateurs, bonjour. Pourquoi, lorsque sont apparues des voix médiatiques arabes libres sont-elles devenues soudainement l'objet de pressions, d'emprisonnements et même de bombardements ? N'ont-ils pas bombardé le bureau d'*Al Jazeera* à Kaboul et recommencé à Bagdad, où Tareq Ayyoub est mort en martyr ? N'ont-ils pas emmené Sami al-Hajj à Guantanamo illégalement ? Le président américain ne pense-t-il pas à frapper le siège d'*Al Jazeera* ? N'ont-ils pas fait fermer son bureau à Bagdad ? Tayysir Allouni n'a-t-il pas échappé aux missiles américains en Afghanistan pour tomber sous les coups de la justice espagnole à Madrid ? Allouni n'est-il pas en train de payer pour tous les journalistes honnêtes et libres ? (...) Les Américains envahissent l'Irak en prétendant apporter la démocratie et la liberté d'expression, et la première chose qu'ils font c'est de bombarder le bureau d'*Al Jazeera* à Bagdad. <sup>98</sup> »

Au fur et à mesure que les attaques de la coalition contre les reporters de la chaîne se multiplient, *Al Jazeera* redresse peu à peu son image d'acteur central dans le conflit en se présentant à la fois comme victime et comme instrument actif de la lutte anti-impérialiste :

---

<sup>97</sup> *Ibid*, p. 205

<sup>98</sup> Faisal Al Qasem, « *Al-gharb wa istihdaf al-I'llam al-'arabi* » (*L'Occident vise les médias arabes*), 6 juin 2006, [www.aljazeera.net](http://www.aljazeera.net), in <https://goo.gl/h2o1ms>

« Tayysir Allouni restera un symbole de la lutte pour le véritable journalisme arabe, je ne dis pas seulement le journalisme libre et honnête, mais objectif, professionnel, exact, et qui représente un modèle journalistique qui conduit à la vérité. Tayysir Allouni a été et restera un martyr des crimes de l'Occident et des crimes de l'Occident contre les médias arabes et islamiques. (...) Nous, en tant que journalistes, nous faisons vraiment face aujourd'hui à un véritable massacre personnel, intellectuel et terroriste.<sup>99</sup> »

La représentation de la violence joue en cela un rôle essentiel dans l'économie discursive de la chaîne en permettant à la rédaction de promouvoir une figure symbolique qui y occupe une place de premier plan : celle du journaliste combattant et martyr.<sup>100</sup>

Au fur et à mesure que la guerre contre *Al Jazeera* s'est intensifiée, la chaîne s'est créée une figure symbolique dans l'imaginaire collectif comme à la fois victime et héros. Ses histoires de lutte lui ont permis d'acquérir une légitimité populaire et de gagner le respect de millions de téléspectateurs,<sup>101</sup> et notamment des palestiniens car contrairement à ce que l'on peut croire, *Al Jazeera* n'était pas en bons termes avec l'autorité palestinienne critiquée également par la chaîne pour sa corruption.

Un jour, à l'occasion de la diffusion d'un documentaire sur la Guerre du Liban en 1982 et le rôle d'Ariel Sharon dans le massacre des Palestiniens, une bande annonce du documentaire avait créé une querelle diplomatique. Cette séquence comportait des images d'archives dans lesquelles des guérillas libanaises tenaient un poster qui montre une chaussure levée au visage de de l'ex-président palestinien Yasser Arafat. Cela fut pris comme un geste irrespectueux envers le dirigeant élu de l'autorité palestinienne et la chaîne avait dû fermer son bureau à Ramallah. Puis après un face-à-face entre Walid Al Omary, le directeur du bureau d'*Al Jazeera* à Ramallah et Yasser Arafat lui-même, le bureau d'*Al Jazeera* avait à nouveau pu ouvrir.

---

<sup>99</sup> *Ibid*

<sup>100</sup> Claire-Gabrielle TALON, *Al Jazeera. Liberté d'expression et pétromonarchie*, op. cit., p. 204-205

<sup>101</sup> Selon un sondage réalisé par les instituts Ipsos et Sigma au cours du premier trimestre 2013, la chaîne du Qatar se classe au premier rang avec 25.239.539 téléspectateurs. REUTERS/ Fadi Al-Assaad, « *Al-Jazeera en tête de l'audience dans le monde arabe* », Par L'EXPRESS.fr, publié le 23/05/2013 à 10:07  
[http://www.lexpress.fr/actualite/medias/al-jazeera-en-tete-de-l-audience-dans-le-monde-arabe\\_1251022.html#PmAArw0YrMTPMt0C.99](http://www.lexpress.fr/actualite/medias/al-jazeera-en-tete-de-l-audience-dans-le-monde-arabe_1251022.html#PmAArw0YrMTPMt0C.99)

Au fur et à mesure que la guerre contre *Al Jazeera* s'est multipliée, la chaîne s'est créée une figure symbolique dans l'imaginaire collectif comme à la fois victime de la guerre et héros de la vérité. Ces histoires de lutte qui sont en parfaite cohérence avec les options éditoriales que la chaîne défendait depuis sa création lui ont permis de gagner une légitimité populaire.

## 9. *Al Jazeera* raconte autrement le récit palestinien

Parce que la souffrance est un signe de dévouement, elle doit survenir pendant l'exercice du métier. Une bonne partie des mésaventures des journalistes d'*Al Jazeera* sont liés à sa couverture de la deuxième Intifada de 2000. Le soulèvement palestinien contre la présence israélienne dans les territoires occupés fut en effet un moment clé dans l'histoire de la chaîne.

*Al Jazeera* a abondamment filé l'analogie entre la résistance des Palestiniens et son propre combat journalistique. Les récits de la chaîne mêlés aux récits de la résistance palestinienne ont ainsi permis de mystifier l'identité de la chaîne en l'assimilant à un combat sacrificiel pour la vérité. Sa couverture de la deuxième Intifada a permis d'ériger ses journalistes au même rang que la figure du Palestinien.

Pour les Arabes, l'image du palestinien est assimilée à l'héroïsme. Pénélope Larzillière distingue même trois sortes de figures héroïques palestiniennes qui se sont développées au fil des années : « *Tout au long de son histoire, la lutte palestinienne s'est accompagnée de la production de figures héroïques anonymes opérant comme une entrée dans le mythes des militants. Leur transformation montre autant l'évolution de la lutte que des significations et représentations qui lui sont attachées. Ainsi, le héros anonyme palestinien est passé du fedai, le combattant de la résistance prêt à se sacrifier, au shahid, héros-victime, en passant par les shebab de la première Intifada.* <sup>102</sup> »

L'assassinat et la poursuite par l'armée israélienne de plusieurs journalistes d'origine palestinienne d'*Al Jazeera* ont fait fusionner l'image de ses journalistes à celle du combattant palestinien. Plusieurs épisodes tragiques survenus lors de la couverture de la deuxième Intifada ont été mythifiés par *Al Jazeera* au point de devenir des iconographies importantes, contribuant à la construction de l'identité martiale et héroïque de la chaîne.

---

<sup>102</sup> Pénélope Larzillière, *Être jeune en Palestine*, Paris, Édition Balland, 2004, p. 74

L'identité d'*Al Jazeera* assimilée à la résistance s'est toujours construite avec de grandes épreuves et des récits inédits qui ont passionné le public. Grâce à *Al Jazeera*, il était possible pour le spectateur arabe de suivre heure par heure ce qui se passait dans les territoires occupés. Pour la première fois, il était possible de voir les scènes d'affrontements entre l'armée israélienne et les insurgés palestiniens. Rappelons que l'entrée du général Ariel Sharon (alors chef de l'opposition israélienne de droite) à l'esplanade de la mosquée Al Aqssa fut l'étincelle qui alluma le feu dans tous les territoires occupés. Pour les Palestiniens, Sharon était un meurtrier. C'est lui qui avait donné le feu vert aux milices chrétiennes pendant l'invasion du Liban en 1982 pour massacrer entre huit cents et deux mille civils dans des camps de réfugiés palestiniens. Cette visite vue comme une provocation délibérée avait d'ailleurs déclenché l'Intifada d'Al Aqsa.

À cette occasion, la chaîne a abandonné sa grille habituelle en faveur de bulletins d'actualités d'une heure montrant en direct les combats entre les Palestiniens et les forces de sécurité israéliennes. Les mésaventures des employés d'*Al Jazeera* pendant l'Intifada se sont alors multipliées. Un jour, avec la mise en place de postes de contrôle israéliens à l'entrée de la ville de Naplouse, il fut impossible au directeur du bureau d'*Al Jazeera* à Ramallah Walid Al Omary d'y entrer. Ainsi, il finit par acheter un âne sur lequel il chargea son matériel vidéo et il gagna la ville à pied par les collines, ce qui lui permit de faire le récit exclusif de ce qui se passait à Naplouse.<sup>103</sup>

Couvrir la deuxième Intifada avait quelque chose de particulier car les employés d'*Al Jazeera* vivaient l'Intifada comme les autres, leur travail, leur vie et celle de leurs familles étaient menacés. Une fois, lors d'une fusillade nocturne, Walid Al Omary avait vu descendre des avions israéliens sur le centre de Ramallah. Soudain, il avait eu l'impression qu'un missile venait de tomber sur sa maison, et il s'était éloigné du micro quelques minutes pour s'assurer que tout allait bien. Entre temps, des spectateurs inquiets avaient téléphoné au bureau d'*Al Jazeera* pour savoir ce qui était arrivé à Walid Al Omary.

Le lendemain, il découvrit que le projectile israélien avait atterri devant sa maison, mais sa famille s'en était sortie saine et sauve. Un jour, une explosion avait eu lieu si proche d'Al Omary que le caméraman avait lâché sa caméra et s'était mis à l'abri, laissant Al-Omary se débrouiller tout seul à l'antenne pendant une quinzaine de minutes.

---

<sup>103</sup> *Ibid.* p. 88

Un des récits mémorables remonte également au cours de l'année 2002 lorsque l'armée israélienne avait assiégé la ville de Ramallah en Cisjordanie. À cet égard, un couvre-feu déclaré pendant plusieurs jours et des tanks postés aux alentours du bureau d'*Al Jazeera* avaient enfermé les employés dans les locaux de la chaîne pendant plusieurs jours consécutifs. Tous les magasins étant fermés, l'équipe d'*Al Jazeera* était donc condamnée à vivre avec le peu de nourritures dont elle disposait. Empêchés de sortir, les huit journalistes ont alors transformé les locaux de la chaîne en lieu de témoignage direct.

Comme dans une télé-réalité, les téléspectateurs ont suivi pendant plus d'une semaine la vie des reporters dont les réserves d'eau disposées sur le toit étaient transpercées par des snipers israéliens. Walid al Omary, le directeur du bureau, racontait scrupuleusement la détérioration des conditions de vie dans les locaux jusqu'à ce que les réserves d'eau s'épuisent et qu'il ne reste plus à l'équipe qu'une boîte de thon et trois petits pains.

Le bureau de Ramallah était devenu en quelques jours le symbole de la Palestine occupée, et ses journalistes incarnaient pour le reste du monde arabe le martyr du peuple palestinien. Touchée par le récit d'Al Omary, une habitante des environs avait bravé le couvre-feu et risqué sa vie pour apporter de la nourriture au bureau, puis un homme et son fils s'étaient présentés avec des bouteilles d'eau. « *Nous nous sommes mis à pleurer, les uns comme les autres. C'était incroyable* », se rappelle Al Omary.<sup>104</sup>

La souffrance des journalistes palestiniens d'*Al Jazeera* dépasse les frontières de la Palestine. Un autre épisode tragique s'est produit cette fois à Kaboul. Un journaliste palestinien originaire de Naplouse a été assassiné par des missiles américains alors qu'il tournait un direct sur le toit du bureau de Bagdad. Des larmes dans la voix, Mohammed Krichan, présentateur chez *Al Jazeera* à Doha, annonce la mort de son collègue avec ces mots :

« أسفر القصف الأمريكي البريطاني لمكتب الجزيرة في العاصمة العراقية بغداد عن استشهاد الزميل طارق أيوب وكان الشهيد طارق انضم الى فريق الجزيرة في بغداد قبل أيام.<sup>105</sup> »

---

<sup>104</sup> *Ibid.* pp. 86-87

<sup>105</sup> Vous trouverez la vidéo dans la clé USB ci-joint sous le nom L'annonce de la mort de Tariq Ayoub et sous le lien suivant : <https://www.youtube.com/watch?v=xccLc93w0aE>

(Un raid américain et britannique a visé le bureau d'*Al Jazeera* à la capitale irakienne Bagdad et le collègue Tarik Ayoubé est tombé en martyr. Le martyr Tarik a joint l'équipe d'*Al Jazeera* à Bagdad il y a quelques jours. )

Pour les Arabes, le « martyr » est à la fois cette victime innocente et le héros qui risque ou offre sa vie au combat. Sur *Al Jazeera*, seuls les palestiniens tués par l'armée israélienne sont appelés « martyrs ». Mais avec cette annonce et pour la première fois, le journaliste d'*Al Jazeera* tué pendant l'exercice de son métier est aussi appelé « martyr ». L'identification de Tarik Ayoubé comme « martyr » permet clairement d'associer le combat palestinien au combat journalistique d'*Al Jazeera*. Si le refus de la censure de la violence permet à *Al Jazeera* de dénoncer les atrocités dans les conflits dont ses journalistes sont parfois victimes, la couverture à grande échelle de la résistance palestinienne permet de sacraliser la lutte d'*Al Jazeera* et de construire son identité journalistique combattante.

## 10. *Al Jazeera* et la révolution du Web : la télévision et les arènes numériques

Dans le domaine de la construction des connaissances, l'autorité cognitive est définie comme une relation d'influence de pensée impliquant au minimum deux personnes, l'une accordant à l'autre sa confiance parce qu'elle maîtrise un domaine spécifique de compétences. Cette notion concerne les médias qui sont vus comme autant d'*artefacts* susceptibles de devenir des autorités cognitives pour une personne ou un groupe à un moment donné. Pour Patrick Wilson, l'autorité cognitive est dépendante de la crédibilité et de la réputation, deux critères de base sans lesquels la confiance nécessaire à l'exercice d'une influence ne pourrait s'établir dans le domaine de la construction du savoir.<sup>106</sup>

Dans nos sociétés complexes, où nous sommes de plus en plus interdépendants et dépendants des médias et des cultures qui nous entourent, la confiance est une condition essentielle pour fidéliser le spectateur. Or, s'en donnant à l'autre que l'on estime compétent et bien intentionné, c'est se soumettre à un danger. La confiance est inséparable de la notion de risque. En même temps, la confiance, base de la réputation, repose sur une relation privilégiée qui s'établit dans la durée.

---

<sup>106</sup> Patrick WILSON, *Second-hand knowledge: An inquiry into cognitive authority*, Westport, CT: Greenwood Press, 1983, p. 15.

Dans le monde arabe, *Al Jazeera* est une marque qui, pour beaucoup de personnes, constitue une figure d'autorité cognitive. D'après un sondage établi en 2005, *Al Jazeera* était la troisième marque la plus influente au monde arabe après *Coca-Cola* et *Ikea*.<sup>107</sup> Depuis plus de quinze ans, la chaîne nourrit cette confiance par de multiples discours, programmes et positions. En effet, cette confiance qu'inspire la marque s'est établie sur plusieurs niveaux : d'abord, par le soutien apporté par la chaîne aux transitions démocratiques arabes et qui s'est reconfirmé lors des révolutions arabes. Ensuite, la liberté de parole inédite et le pluralisme éditorial dont jouit *Al Jazeera* et qui est vu comme une volonté « *d'élargir la participation des citoyens à la vie publique*<sup>108</sup> ». S'ajoute à cela la mise en place d'un modèle médiatique représentatif des valeurs de la société arabe et qui incarne l'identité arabo-islamique.

La confiance mutuelle que *Al Jazeera* a réussi à établir avec les spectateurs arabes s'est construite au fil des années. Les images diffusées lors de la deuxième Intifada en 2000 sont la preuve. Si *Al Jazeera* disposait des meilleures images du soulèvement, c'est parce que les Palestiniens eux-mêmes avertissaient l'équipe locale de la chaîne dès qu'un événement se produisait. Le numéro de téléphone portable de Walid Al Omary était accessible à tous les Palestiniens. Chacun pouvait l'appeler pour lui soumettre des informations. Cette complicité avec l'équipe de la chaîne s'est construite également grâce à la multiplication de dispositifs de participation publique.

« *Plus les citoyens participent dans ces ensembles, plus ils seront engagés vis-à-vis de la communauté dans son ensemble.* » Michael Walzer explique que la marque d'un monde commun de coopération est l'assistance mutuelle. C'est pourquoi il est si important que cette sociabilité soit concrètement mise en œuvre, de telle manière que les individus soient effectivement engagés les uns vis-à-vis des autres. Or, selon Michael Walzer, cette solidarité est une affaire compliquée parce qu'elle devrait refléter une coopération de fond, qui se développe jour après jour. Le sens de la proximité avec d'autres doit être gagné – par le combat commun ou le travail commun en faveur d'une cause : par la réponse commune à des difficultés et des crises à travers la mise en scène de rituels de coopération.<sup>109</sup>

---

<sup>107</sup> Claire-Gabriel TALON, *Al Jazeera. Liberté d'expression et pétromonarchie*, op. cit., p. 226.

<sup>108</sup> Olivier DE LAGE, « La diplomatie de Doha : des yeux plus gros que le ventre », *Arabies*, mai 2000. Voir aussi : Pascal Boniface, « Le Qatar se veut un modèle pour le Golf », *Le Monde Diplomatique*, juin 2004.

<sup>109</sup> Michael WALZER, *Pluralisme et démocratie*, *Esprit*, op. cit., p. 157.



Pour que la coopération soit établie, il faut qu'il y ait un dispositif de rencontre commun. Michel Foucault définit le dispositif comme un jeu de pouvoir basé sur des savoirs :

*« un ensemble résolument hétérogène comportant des discours, des institutions, des aménagements architecturaux, des décisions réglementaires, des lois, des mesures administratives, des énoncés scientifiques, des propositions philosophiques, morales, philanthropiques ; bref, du dit aussi bien que du non-dit, voilà les éléments du dispositif. [...] Le dispositif, donc, est toujours inscrit dans un jeu de pouvoir, mais toujours lié aussi à une ou à des bornes de savoir, qui en naissent, mais, tout autant, les conditionnent. C'est ça le dispositif : des stratégies de rapports de force supportant des types de savoir, et supportés par eux. <sup>110</sup> »*

Selon cette définition, la multiplication des lieux et des structures de coopération conduit de plus en plus à entrer dans un débat politique. Plus il y a de sites de participation publique, plus il y a des points d'entrées à ces structures. Ainsi, le résultat serait la mise en acte des valeurs communes et la défense collective de ces intérêts.

Avec le site d'*Al Jazeera*, le spectateur arabe s'est vu donner une voix. Le site servait d'espace d'échange où se poursuivaient les débats autour des thèmes abordés dans les talk-shows. Depuis janvier 2001, le site Internet en arabe <http://www.aljazeera.net> propose gratuitement des extraits sonores et des transcriptions d'émissions ainsi que des sondages d'opinion en rapport avec des thèmes évoqués dans les talk-shows de la chaîne.

Puis, durant la première semaine de la guerre contre l'Afghanistan, un forum hébergé par *Al Jazeera* fut dédié aux attaques de l'Afghanistan par les États-Unis. Les internautes s'interrogeaient alors sur les motivations, on pouvait y trouver des réflexions sarcastiques à propos de la lutte contre le terrorisme. Sur le site se multipliaient toujours les images de la guerre qui provoquaient des réactions auprès des internautes.<sup>111</sup>

Les dispositifs d'interaction que *Al Jazeera* mobilisent pour les spectateurs sont multiples et le développement des réseaux sociaux a contribué à consolider cette culture de la participation chez

---

<sup>110</sup> Michel FOUCAULT, *Dits et écrits*, volume III, Éd. Gallimard. Bibliothèque de philosophie, Paris, 1994.

<sup>111</sup> Hugh MILES, *Al-Jazira*, la chaîne qui défie l'Occident, *op. cit.*, p. 165

le spectateur. Il n'est donc pas étrange de voir les médias sociaux jouer un rôle important dans la mobilisation pour la démocratie dans les pays arabes en 2011 : ils ont non seulement contribué à redessiner le paysage politique en Tunisie, en Libye, en Egypte, au Yémen et en Syrie, mais ils ont également redonné aux jeunes le droit de participer dans les débats politiques. Entre révoltes en terre arabe et révolutions en ligne, les vents de changement soufflent un nouveau printemps plein de promesses et d'espoirs, en particulier pour les jeunes.

En même temps, les protestations pacifistes qui ont gagné respectivement certains pays arabes ont entraîné de nombreuses interrogations sur les enjeux sociopolitiques que représentent ces nouveaux espaces démocratiques dans un monde arabe marqué par des conflits et des tensions.

Hélène Duccini constate que depuis 2011, les téléspectateurs sont passés au « *tout numérique* » et que « *la réception de la télévision a changé de forme et de support.*<sup>112</sup> » C'est-à-dire qu'à l'ère numérique, les pratiques culturelles du public audiovisuel ont changé. Ainsi, le paysage audiovisuel s'est trouvé dans la nécessité de réinventer son mode de diffusion pour rester un univers attractif dans l'ère numérique et s'adapter à ces nouvelles pratiques du public. Dès lors, la forme de l'objet audiovisuel est de plus en plus conçue dans cet esprit transformateur, il glisse facilement d'un support à l'autre, d'un écran à l'autre, se transforme et se métamorphose. Il se renouvelle à chaque fois pour créer une relation privilégiée avec le spectateur.

Hélène Duccini affirme : « *on est passé d'une télévision du message, où le contenu est prioritaire, à une télévision de la communication, de la convivialité, où l'emporte la relation. Les genres clairement délimités, information, téléfilm, sport, variétés, émission pour la jeunesse et jeux tendent à s'absorber dans une télévision de flux, dans laquelle les frontières entre les genres s'estompent, où le ton, le rythme, le débit forment un fond sonore homogène. La télévision des paillettes colonise les yeux, les talks-shows, les amusements et les distractions auxquels participent les stars du show-biz, du sport ou de la politique et, de plus en plus, les citoyens ordinaires, émergeant pour un soir de leur anonymat.*<sup>113</sup> » En jouant sur la proximité, les mises en scènes sont fortement contaminées par le spectaculaire comme le dit Hélène Duccini.

---

<sup>112</sup> Hélène Duccini, *La télévision et ses mises en scène*, op. cit., p. 5

<sup>113</sup> *Ibid*, p. 6

Pour des jeunes arabes, un réseau social est un espace public de regroupement insensible aux différences sociales et qui donne lieu à de nombreux débats et discussions à l'abri de la censure du gouvernement. Au sein de régimes autoritaires caractérisés en grande partie par l'absence d'institutions démocratiques, les réseaux sociaux constituent une alternative car ils redonnent aux jeunes un pouvoir de traduire les opinions publiques en actions politiques. Il convient ici de se demander à quel point ces nouveaux espaces démocratiques sont représentatifs de l'opinion publique. Des études récentes démontrent que les usagers réguliers dans le monde arabe sont issus de la classe moyenne. Et ce sont en majorité les jeunes qui ont facilement accès à l'Internet.

L'université de Washington a mené une étude sur le rôle des médias sociaux sur les révolutions arabes en 2011 et a constaté que les conversations autour de la révolution avaient souvent précédé des événements majeurs. Philip Howard, directeur du projet, a proposé d'analyser plus de 3 millions de tweets, 26,000 articles de blogs et de nombreuses vidéos sur *YouTube* entre novembre 2010 et mai 2011, en Tunisie et en Egypte. Cette étude quantitative lui a permis de constater ceci : « les gens qui partageaient un intérêt commun pour la démocratie ont bâti des réseaux conséquents et ont organisé des actions politiques.<sup>114</sup> »

Plus précisément, une semaine avant la chute du régime Mobarak, Philippe Howard avait pu constater que le nombre de tweets discutant de changements en Egypte avait grimpé de 2300 à 230 000 par jour. En outre, le nombre de vidéos concernant les mouvements de protestations ou les déclarations politiques avait augmenté massivement: « 5,5 millions de visionnages pour les 23 vidéos les plus regardées<sup>115</sup> ».

Parallèlement, le nombre de blogs tunisiens avait augmenté de 15% suite à la chute du régime Ben Ali. Considérons une autre remarque non négligeable dans l'étude : le jour où le mot « révolution » était en tête des recherches sur les blogs locaux coïncidait avec le jour où 100.000 personnes envahirent les rues de grandes villes tunisiennes.

Aussitôt, ce phénomène révolutionnaire gagna les pays voisins et du coup les débats politiques vinrent les plateformes de *Twitter* et *Facebook*. Ainsi, les tweets affluèrent sur le réseau deux semaines avant la destitution de Hosni Mobarak. Les réseaux sociaux, en raison de leur utilisation

---

<sup>114</sup> Philippe HOWARD, « Le rôle des réseaux sociaux sur le Printemps arabe se chiffre », 16 septembre 2011, [www.atelier.net](http://www.atelier.net), in <http://www.atelier.net/trends/articles/role-reseaux-sociaux-printemps-arabe-se-chiffre>,

<sup>115</sup> *Ibid.*

massive, souple et mobile, sont devenus un moyen de regrouper un grand nombre de manifestants, un outil pour dépasser des frontières de toutes sortes. Sous des régimes autoritaires, le fait d'avoir sa propre page en ligne satisfait un besoin d'appartenance ou de reconnaissance.

Pour des jeunes qui ont perdu toute confiance en les politiques nationales de leurs sociétés, *MySpace*, *Facebook*, *Twitter* constituent une valeur refuge contre le péril des régimes tyranniques. Ces médias sociaux accordent à ces utilisateurs le pouvoir de dire et de faire, chose qui leur donne le sentiment d'exister.

Or, est-il légitime de prêter aux réseaux sociaux comme *Facebook* ou *Twitter* la capacité de faire pression sur les gouvernements ? Dans de nombreux pays arabes comme la Tunisie, la censure des médias est un moyen de bloquer les activités des opposants. Interdite de s'exprimer sur les moyens de communication traditionnels, comme la télévision ou la radio, l'opposition a longuement profité des réseaux sociaux – moins censurés que les autres – pour diffuser des vidéos anti-gouvernements et s'acharner perpétuellement contre les nombreuses violations du régime politique.

En Égypte, durant les premiers jours de la révolution égyptienne, le régime d'Hosni Moubarak a commis une erreur de taille : couper l'accès à Internet pour des millions d'internautes et brouiller le signal d'*Al Jazeera* qui couvrait en direct les manifestations. Mais cette mesure de précaution a donné un résultat inverse à celui recherché : elle a non seulement suscité la curiosité de l'opinion publique, à savoir ce qui se passait réellement en Égypte, mais elle a mis la lumière sur une des violations majeures des droits de la propriété intellectuelle dans le pays.

Malgré tous les efforts consentis par le gouvernement égyptien pour assurer la censure médiatique, les buts n'ont pas été atteints. Pour contourner le blocage du réseau en Égypte, *Google* a lancé la possibilité de « tweeter » par téléphone. Ce service permet aux utilisateurs de laisser un message vocal aussitôt transmis sur *Twitter*. N'ayant pas réussi à étouffer Internet après cinq jours d'interruption, les autorités égyptiennes ont ensuite rétabli la connexion dans une tentative désespérée de contrôler les dégâts et de calmer la colère de la foule. Par ailleurs, durant les jours sans Internet, certaines personnes issues de la classe sociale aisée avaient joint les militants protestataires dans le but de s'informer sur les derniers développements politiques.

Les réseaux sociaux ont donc joué le rôle d'unificateur : « *les opposants se sont donc servis des réseaux sociaux pour identifier des buts communs, construire une forme de solidarité et organiser des manifestations*<sup>116</sup> », résume Philip Howard. Couper le réseau d'Internet est à sous-entendre comme un geste de reconnaissance de la part du régime vis-à-vis l'influence grandiose des nouveaux réseaux sociaux sur l'opinion publique.

Les nouveaux médias ont pu non seulement remettre en cause les stratégies classiques des médias traditionnels comme la télévision ou la presse, mais ils ont réussi également à s'imposer en tant que moyens de communication incontestables, insensibles à toute censure, à toute limitation arbitraire de la liberté d'expression.

Sensible à cette mobilisation populaire sur les réseaux sociaux, *Al Jazeera* a su s'y adapter. Elle a permis de faire passer des messages, de diffuser des images et de donner une voix à la jeunesse urbaine qui utilisait les médias sociaux pour appeler à la mobilisation. Par exemple, en Tunisie, *Al Jazeera* a eu l'intelligence de suivre de très près les messages d'appel au rassemblement sur *Facebook*, *YouTube* et sur les blogs des jeunes et elle les a relayés à la télévision.

À la chute de Ben Ali, on entendait dans les rues de Tunisie «*Vive Al Jazeera !*» et on voyait même des drapeaux du Qatar – ce qui a aussi été le cas plus tard en Egypte et en Libye. La présence médiatique d'*Al Jazeera* en Afrique du Nord a été forte pendant les soulèvements de 2011. Quant à l'Égypte, *Al Jazeera* a diffusé en direct les manifestations au point que les manifestants ont fini par installer un écran géant pour suivre *Al Jazeera* à la Place Tahrir. Aujourd'hui *Al Jazeera* utilise très bien les réseaux sociaux. La chaîne est très présente sur Internet avec de nombreux dispositifs de participation public. C'est toujours une coopération à double sens. Les réseaux sociaux ont besoin de médias comme *Al Jazeera* pour se mettre en valeur tandis que la télévision fonctionne comme une caisse de résonance des réseaux sociaux.

---

<sup>116</sup> *Ibid*

**Partie II : Activisme numérique : la circulation des vidéos  
promotionnelles d'*Al Jazeera***

## Montrer, raconter et lutter par des « promos » ?

Lors de la cérémonie *Oscars* des professionnels de l'habillage et de l'autopromotion des chaînes de télévision, *Promax BDA Promotion, Marketing and Design*, qui s'est tenue à Los Angeles du 12 au 14 juin 2012, une vidéo promotionnelle *Al Jazeera* qui s'intitulait *Arabe Spring comics* (sur le printemps Arabe en Bande dessinée) a remporté l'or pour la catégorie « *most outstanding promo of the year international and regional* » ( meilleur promo de l'année au niveau international et régional). Quel est cet objet médiatique promotionnel et où le trouve-t-on ? Tout simplement, à la chaîne *Al Jazeera*. Le spectateur le voit de temps en temps, à la fin d'une émission ou avant le bulletin d'information. La durée courte et le temps de passage aléatoire et imprédictible de cet objet promotionnel à l'antenne le rapproche d'une page publicitaire. Aujourd'hui, ce modèle a gagné d'autres chaînes d'information continue comme celle d'*Al Arabiya*, le rival saoudien d'*Al Jazeera*.

Contrairement à tous les programmes de la chaîne, ces séquences promotionnelles ne sont archivées ni sur le site officiel de la chaîne ni sur sa chaîne *YouTube*. Pourtant, depuis leur diffusion sur la chaîne *Al Jazeera*, ces objets ont vite connu le chemin de l'errance numérique, voyageant de blog en blog et de site en site. Cependant, ces vidéos n'ont retenu notre attention que lorsqu'elles ont atterri sur la chaîne *YouTube* d'un blogueur, un photographe amateur algérien qui s'appelle Ali Achouri. Sur sa chaîne *YouTube* les séquences promotionnelles d'*Al Jazeera* sont rangées dans un playlist intitulé « *Al Jazeera* » comme le montre l'image ci-dessous.



Fig.1 : vue d'ensemble de la playlist « *Al Jazeera* » d'Ali Achouri sur sa chaîne *YouTube*

Pour mieux se familiariser avec cet objet, arrêtons-nous sur l'une des vidéos, le numéro (49) de la playlist. Comme le montre le capture d'écran ci-dessous, la vidéo choisi s'intitule : برومو قناة الجزيرة - ليبيا... الشعب يصنع ثورته (01) (Promo *Al Jazeera* – La Libye... le peuple crée sa révolution (01))



Fig.2 : L'interface de la playlist « *Al Jazeera* » d'Ali Achouri sur sa chaîne *YouTube*

Le titre nous donne tout de suite une idée de la thématique. La vidéo nous livre un épisode d'un événement majeur dans l'histoire du monde arabe. Celui de la révolution libyenne de 2011. En regardant la vidéo, se défile sous nos yeux des images fixes. Les manifestations populaires et les actes de répression constituent le socle majeur de cette séquence.





Fig.3 extrait de promo *Al Jazeera* – La Libye... le peuple crée sa révolution (01) vidéo (49) de la playlist

De façon spectaculaire orchestrée par la musique les images rendent compte du courage, de la colère des libyens face au régime de Mouammar al Kadhafi. Quant à la musique, elle est lente au début mais s'accélère au fil des images pour exprimer le réveil de l'individu révolutionnaire. À la fin de la séquence surgit le logo d'*Al Jazeera* et apparaît en dessous de celui-ci un titre en arabe : الشعب يصنع ثورته (Le peuple crée sa révolution) comme le montre les captures d'écran ci-dessous.





Fig.4 : extrait de promo *Al Jazeera* – La Libye... le peuple crée sa révolution (01) vidéo (49) de la playlist

Cette séquence se configure ainsi comme la construction d'un objet de valeur à la fois esthétique et mémorielle, où les techniques de montage et les changements de rythmes dans la musique transforment la succession ordonnée des images dans une sorte de carnaval de danse. La complexité des événements en simplicité et légèreté.

Comme le montre l'exemple ci-dessus, les vidéos de la playlist sont constituées d'images et de voix d'ici et d'ailleurs. Ces morceaux arrachés de leurs contextes racontent une histoire particulièrement morcelée. Puisque le fragmentaire est souvent associé à l'imperfection, il aurait donc tendance à produire un effet collection, il provoque un désir de recoller les morceaux pour faire sens. Il n'en demeure pas moins vrai que cette poétique de la fragmentation travaillera même la matérialité de l'objet. La durée extrêmement courte influe sur le format permettant l'insertion d'éléments fictionnels dans le factuel. Ce format constitue pour nous un laboratoire d'étude des transformations du journalisme de télévision et sa communication à l'heure de la mondialisation.

## **A. Les vidéos promotionnelles d'*Al Jazeera* : œuvre fragmentée entre déconstruction et reconstruction**

Le fragment toujours d'actualité continue à conquérir de nouveaux terrains. À l'heure du web 2.0, le collage est devenu un art permettant au fragment de voyager au-delà de toute frontière. Or, dans le procédé du collage, il ne s'agit pas d'un simple déplacement, mais il est question d'une véritable et profonde reconstruction, puisque le fragment arraché de son contexte original et projeté dans un nouvel univers ne portera certainement ni le même discours ni la même fonctionnalité qu'auparavant. C'est ainsi qu'à chaque changement de support, l'objet se transforme et se dote de nouvelles valeurs.

Mais qui est responsable de ce glissement sémantique ? En effet, le changement dans la nature de l'objet est dû à l'émergence d'une nouvelle figure auctoriale. Il s'agit d'un auteur médiateur auquel on attribue la mise en circulation des objets. Grâce à lui s'établissent des relations novatrices entre le nouveau dispositif d'accueil et l'objet accueilli. La question de la circulation nous ramène directement à la question du droit d'auteur qui concerne toute production multimédia. Avec l'arrivée des dispositifs numériques et l'expansion des techniques de piratage informatique, des mesures ont été mises en place pour sauvegarder la propriété intellectuelle ; parmi lesquelles l'interdiction de reproduire intégralement des œuvres protégées par le droit d'auteur.

Cette limitation d'accès a contribué à la morcelisation des objets audio-visuels et a cultivé paradoxalement une culture du fragment. Aujourd'hui, l'objet fragment connaît une véritable consécration grâce aux réseaux sociaux et surtout grâce aux sites web d'hébergement comme par exemple *YouTube*. Plusieurs études continuent à s'interroger sur la dynamique de diffusion et les stratégies d'usage de l'Internet pour mieux cerner la notion d'interaction sociale et l'engouement intellectuel qu'elle suscite dans la rationalisation des pratiques d'écriture fragmentaire sur le web.

Selon Charles F. Manaski, l'interaction sociale se présente comme un moteur d'action et de construction de savoir qui a un impact sur les décisions et les comportements des individus dans l'espace public.<sup>117</sup> Dans un espace virtuel, ces interactions se cristallisent autour des réseaux

---

<sup>117</sup> Charles MANSKI, *Economic Analysis of Social Interactions*, *Journal of Economic Perspectives*, n°3, 2000, pp. 115-136.

sociaux, transformés en lieux de prise de décision et en outils d'activisme. Dans le cadre de notre étude nous nous intéressons à cette forme d'interaction sur Internet qui caractérise pour nous les pratiques d'usage et d'appropriation autour des « promos ».

À priori, un « clip promotionnel » est une œuvre multimédia, principalement audiovisuelle et communément courte, réalisée à partir d'un morceau de musique ou d'une chanson. Il s'agit d'une combinaison, sur un même support, de données de différentes natures comme le son, l'image et lorsqu'il y en a, des paroles ou du texte. Nées des interactions perpétuelles entre différents médias, les « promos » en question sont des objets hybrides qui répondent au besoin d'apporter une image là où le son ou la voix demeurent insuffisants. Elles s'inscrivent dans un projet d'harmonisation qui finalement donne une forme standardisée à l'expérience artistique représentée. Nous disons bien esthétique parce qu'une « promo » par sa nature provocatrice suscite un engouement intellectuel et un plaisir.

En effet, malgré le caractère insaisissable de ces objets qui rend le travail d'archivage assez contraignant, le nombre de vidéos collectionnées s'élève à soixante-dix-huit, ce qui correspond au plus grand nombre de vidéos jamais réunies sur le même support et par le même blogueur. La deuxième raison qui nous a amené à nous intéresser à ces objets est d'ordre temporel. La mise en ligne de ces séquences est une tâche qui s'est étalée sur une durée de deux ans.

En traçant la généalogie de ces vidéos, nous avons constaté que cette série créée par la chaîne *Al Jazeera* avait été diffusée pour la première fois en 2009 à l'aune du premier épisode de la guerre de Gaza baptisé *Plomb durci*. En 2011, avec le déclenchement des révolutions arabes, la diffusion de cette série s'est poursuivie pour une deuxième saison. Aujourd'hui, cette saison n'est pas encore terminée, elle accompagne l'évolution des révolutions dans les pays arabes. La troisième raison qui nous a conduit à nous intéresser particulièrement à cette série de vidéos promotionnelles revient aux processus d'appropriation conduits par le photographe amateur et qui sont à nos yeux responsables des interactions sociales autour de ces objets. Dans cette optique, il nous est important de rappeler que notre champ d'études n'est pas seulement les séquences d'*Al Jazeera* mais la playlist de Ali Achouri qui a réussi à recueillir, organiser et archiver tous ces objets sous sa chaîne *YouTube*.

### **Ordre des « promos » dans la playlist**

1. Promo Al Fakhoora 02
2. Promo Enfants de Gaza (1)
3. Promo Enfants de Gaza (2)
4. Promo Guerre sur Gaza (Nations Unis)
5. Promo Guerre sur Gaza (La ligue arabe)
6. Promo Guerre sur Gaza (1)
7. Promo Guerre sur Gaza (2)
8. Promo Guerre sur Gaza (3)
9. Promo Guerre sur Gaza (4)
10. Promo Guerre sur Gaza (5)
11. Promo Guerre sur Gaza (6)
12. Promo Guerre sur Gaza (7)
13. Promo Guerre sur Gaza (8)
14. Promo Guerre sur Gaza (9)
15. Promo Guerre sur Gaza (10)
16. Promo Guerre sur Gaza (11)
17. Promo Guerre sur Gaza (12)
18. Promo Al Fakhoora (1)
19. Promo Al Fakhoora (2)
20. Promo Al Fakhoora (3)

21. Promo Sans frontière
22. Promo Droits de l'Homme (1)
23. Promo Droits de l'Homme (2)
24. Promo Droits de l'Homme (3)
25. Promo Droits de l'Homme (4)
26. Promo Droits de l'Homme (5)
27. Promo Droits de l'Homme (6)
28. Promo Droits de l'Homme (7)
29. Promo Liban & Gaza
30. Promo L'après-guerre (1)
31. Promo L'après-guerre (2)
32. Promo Gaza sous le feu
33. Promo Ben Ali s'est enfui
34. Promo L'Egypte parle d'elle-même (1)
35. Promo L'Egypte parle d'elle-même (2)
36. Promo L'Egypte parle d'elle-même (3)
37. Promo L'Egypte parle d'elle-même (4)
38. Promo L'Egypte parle d'elle-même (5)
39. Promo La Tunisie, Couverture continue
40. Promo L'Egypte, Couverture continue

41. Promo L'Egypte...Triomphe du peuple (1)
42. Promo L'Egypte...Triomphe du peuple (2)
43. Promo L'Egypte...Triomphe du peuple (3)
44. Promo L'Egypte, Couverture continue (2)
45. Promo L'Egypte, la révolution
46. Promo La Libye, effondrement du mur du silence(1)
47. Promo La Libye, effondrement du mur du silence(2)
48. Promo La Libye, effondrement du mur du silence(3)
49. Promo La Libye, le peuple crée sa révolution(1)
50. La Libye, le peuple crée sa révolution(2)
51. Opinion...et opinion opposée (1)
52. Opinion...et opinion opposée (2)
53. Promo La Libye, le peuple crée sa révolution (3)
54. Promo La Libye, le peuple crée sa révolution (4)
55. Promo La Libye, le peuple crée sa révolution (5)
56. Promo La Libye, le peuple crée sa révolution (6)
57. Promo Mort du caméraman
58. Promo La Libye... la révolution
59. Promo Le Yémen, la révolution
60. Promo Le Yémen, le peuple crée sa révolution
61. Promo Le Yémen, l'opinion et l'opinion opposée (1)

62. Promo Le Yémen, l'opinion et l'opinion opposée (2)
63. Promo Couverture continue (1)
64. Promo Couverture continue (2)
65. Promo Couverture continue (3)
66. Promo Couverture continue (4)
67. Promo Couverture continue (5)
68. Promo La Libye, l'opinion et l'opinion opposée (1)
69. Promo La Libye, l'opinion et l'opinion opposée (2)
70. Promo Le peuple crée sa révolution (1)
71. Promo Le peuple crée sa révolution (2)
72. Promo Le peuple crée sa révolution (3)
73. Promo Le Yémen, couverture continue
74. Promo La Libye, confrontation
75. Promo Le printemps arabe
76. Promo Le printemps des révolutions arabes
77. Promo La Syrie, la révolution du peuple
78. Promo La Syrie, l'opinion et l'opinion opposée

Fig.5 tableau explicatif de l'ordre des « promos » dans la playlist « Al Jazeera »

Ci-dessus, nous avons constitué un tableau explicatif de la playlist « *Al Jazeera* » d'Ali Achouri. Il nous est utile de préciser ici que tout au long de dans notre études nous allons nous référer aux mêmes termes utilisés dans ce tableau pour analyser la playlist. De façon général, chaque titre est précédé par le mot « promo » et à part quelques exceptions, il possède deux chiffres : le premier montre son ordre dans la playlist et le deuxième désigne son ordre dans la série à laquelle elle appartient. Par exemple la « promo » Guerre sur Gaza (2) est la septième de la playlist et la deuxième de la série Guerre sur Gaza composé de douze « promos ».

## I. YouTube : dispositif numérique d'objets fragmentés

D'emblée, *YouTube* est le plus grand site web d'hébergement de vidéos au monde, cet univers de signes s'adresse, en principe, à tout usager quel que soit son âge, ses compétences techniques ou son niveau en informatique. Cela ne fait pas de *YouTube* le dispositif exclusif dans la recherche de la fiabilité du fonctionnement du système de circulation des vidéos ; mais cela en fait à coup sûr un dispositif d'hébergement standardisé et universel à dimension normative affirmée. Il n'importe pas ici d'examiner si les finalités de la création d'une chaîne *YouTube* sont effectivement atteintes et encore moins de définir à quelles conditions elles pourraient l'être plus complètement, mais simplement de reconnaître que la notoriété du site *YouTube* fait de la création de sa propre chaîne un des moyens de se doter d'une puissance d'agir.

La question de la puissance d'agir des citoyens à l'ère numérique, et notamment depuis les révolutions arabes de 2011, invite à repenser les formes inédites d'actions politiques et sociales. Le désir de s'affirmer individuellement ou collectivement anime les pratiques d'activistes de la toile et les tranforme en médiactivistes.

Dans leur petit ouvrage de synthèse, *Médiactivistes*,<sup>118</sup> Dominique Cardon et Fabien Granjon tentent de montrer tout au long de l'ouvrage comment, depuis les années 60, la production de l'information est un enjeu de lutte. Aujourd'hui à l'ère numérique, l'Internet favorise des formes de production nouvelles. C'est ainsi qu'il est décrit comme un laboratoire d'expérimentation mis en pratique pour renforcer le pouvoir d'agir des citoyens motivés par le désir d'exister virtuellement.

---

<sup>118</sup> Dominique CARDON et Fabien GRANJON, *Médiactivistes*, Les Presses de Sciences Po., 2010.

Ce chapitre ne prétend pas cerner tous les enjeux économiques ou sociaux liés à l'acquisition d'un savoir-faire dans la création d'une chaîne *YouTube*, nous essayons simplement de proposer des interprétations rendant compte de la plus large part possible de l'architecture d'une chaîne *YouTube* dans sa spécificité. Ce travail débouche sur des hypothèses d'interprétations qui nous ont permis de décrire de manière détaillée une des pratiques militantes des usagers. Nous commencerons par une analyse sémiotique d'une chaîne *YouTube* dans sa forme globale et chercherons à examiner le système d'identification mis en place. Nous étudierons ensuite la particularité de certains outils qui caractérisent une chaîne *YouTube* cherchant dans tout cela à dégager des règles générales d'usages standardisés. Enfin, nous étudierons les possibilités d'exploitation du dispositif avec un exemple concret pour montrer que la nécessité d'utiliser des exploitations existantes fait en sorte que l'objet étudié ne sera plus le même.

## 1. Le dispositif d'accueil *Youtube* et les relations de pouvoirs

Dans *Qu'est-ce qu'un dispositif ?* Giorgio Agamben évoque trois points :

1. « Il s'agit d'un ensemble hétérogène qui inclut virtuellement chaque chose, qu'elle soit discursive ou non : discours, institutions, édifices, lois, mesures de police, propositions philosophique. Le dispositif pris en lui-même est le réseau qui s'établit entre ces éléments.
2. Le dispositif a toujours une fonction stratégique concrète et s'inscrit toujours dans une relation de pouvoir.
3. Comme tel, il résulte du croisement des relations de pouvoirs et de savoir. »<sup>119</sup>

Selon cette définition s'organise dans le dispositif *YouTube* des relations de pouvoir avec le spectateur. Cette relation se traduit par un ensemble de pratiques discursif ou non discursif qui gouverne le spectateur et le guide à adapter un tel comportement.

Par contre, la circulation numérique des objets médiatiques est pré-conditionnée par l'existence d'un dispositif d'accueil, Dans le cas des « promos », ce dispositif est *YouTube*. Ce site est une plateforme de partage d'objets audio-visuels dont l'architecture technique mise en place est conçue principalement pour l'hébergement de vidéos de courte durée. Ce site de dépôt d'objets médiatique courts a connu dès les premières années de son lancement un succès mondial.

---

<sup>119</sup> Giorgio AGAMBEN, *Qu'est-ce qu'un dispositif ?*, Edition Payot et Rivage, Paris, 2007, pp. 10-11



Basé sur un modèle d'affaire dont les revenus publicitaires dépendent du nombre de vidéos vues par jour, il est important d'offrir à tous les citoyens du monde des moyens techniques, un support matériel et logiciel à la pointe de la technologie en vue de mettre en ligne leurs vidéos et de pouvoir les partager et les commenter en toute liberté. Ainsi, *YouTube*, en plus d'être novateur dans son domaine d'activité, offre de nouveaux outils pour profiter de la libre expression des individus et des sociétés en général.

## 2. *YouTube* : un espace de médiation pré-conditionnée

*YouTube* est un dispositif de médiation nécessaire pour le passage d'objets télévisuel au numérique. Or, franchir une frontière ne signifie pas la libre circulation des objets parce que le nouvel espace d'hébergement conditionne le déroulement de la médiation et son aboutissement. De ce fait, un espace de médiation n'est pas tout à fait un terrain de neutralité, il est un lieu de liberté conditionnelle. Au moment où il permet aux objets hétérogènes de coexister en toute harmonie, il retravaille discrètement chaque objet intégré.

Cet espace s'impose comme une force douce, une méthode sans heurt qui permet aux différents acteurs de l'échange de se reconnaître mutuellement. En même temps, il s'agit d'un laboratoire de transformation pour ces objets circulants, plus précisément il s'agit comme l'explique Yves Jeanneret d'« *un espace de construction* <sup>120</sup> » à la fois pour l'objet et pour les acteurs qui communiquent sur cet objet. Il n'en demeure pas moins vrai que *YouTube* est un outil dont le but est de mettre à disposition les ressources matérielles correspondant à des besoins plus ou moins déterminés.

Cependant, puisqu'il s'agit d'établir des relations entre les différents acteurs, l'espace de la médiation doit permettre aussi la transmission des valeurs non matérielles. Etant donné que les valeurs sont normalement capables de fidéliser une communauté, elles doivent même être comprises dans le dispositif en soi. Elles doivent générer des interactions, inventer des formes de sociabilisation et susciter la créativité des acteurs. En agissant ainsi, le dispositif devient presque un carnaval virtuel du fragmentaire où des rencontres inattendues peuvent donner lieu à des rapprochements stupéfiants. À partir de cette définition du dispositif, nous procédons par une

---

<sup>120</sup> Yves JEANNERET, *Penser la trivialité*, Volume 1 : la vie triviale des êtres culturels, Paris, éditions Hermès-Lavoisier, 2008.

analyse de la structure typique d'une chaîne *YouTube* afin de considérer les fonctionnalités à la fois matérielles et symboliques du site.

### 3. La chaîne *YouTube* : une vitrine numérique personnalisée

Avoir une chaîne *YouTube*, c'est un peu comme avoir sa propre chaîne TV visible dans le monde entier et donc potentiellement visible par des millions de personnes. Nous disons potentiellement, car il y a tellement de vidéos postées chaque jour qu'il faut se distinguer pour être vu par énormément de monde. Cela dit, pour optimiser sa chaîne *YouTube*, il faut être original et le contenu des vidéos choisies doit être adapté aux objectifs recherchés.

En effet, la mise en place d'une stratégie de visibilité fera en sorte que la promotion de soi se fera d'elle-même. Deux fonctionnalités essentielles du site *YouTube* méritent d'être soulignées. D'abord la possibilité de créer une playlist colossale et extensible à l'infini, et ensuite la possibilité de créer à l'intérieur de cette playlist des mini playlist clôturées et finies. Nous insistons sur ces deux particularités du site *YouTube* car prises ensemble, elles établissent l'identité de la chaîne dans son originalité et dans sa spécificité.

Une fois un compte *YouTube* est créé, une chaîne est mise en disposition pour pouvoir ajouter des vidéos. Mais avant de s'arrêter sur les configurations matérielles propres à une chaîne *YouTube*, on peut se demander ce qu'est une « chaîne » ? Dans son discours d'accompagnement, *YouTube* définit une chaîne comme un « *forum dans lequel les utilisateurs des quatre coins du globe se rencontrent, s'informent et partagent leurs expériences.*<sup>121</sup> »

Cette définition en termes de visibilité nous ramène à considérer les dispositifs mis en place pour optimiser sa chaîne *YouTube*. En effet, à l'aide de la barre de menu « *paramètres* », « *thèmes et couleurs* », « *vidéos et playlists* » parmi d'autres, il est possible de personnaliser l'intégralité de sa chaîne et de se créer une identité numérique. Or, selon son étymologie, une chaîne est avant tout un dispositif de mise en série. Dans une chaîne *YouTube*, ce dispositif sériel s'incarne formellement dans une *playlist*.

---

<sup>121</sup> <https://www.youtube.com/yt/about/fr/>

## II. Les fonctionnalités d'une playlist YouTube

Une playlist est un néologisme composé de *play* et *list*. Cet objet conçu pour manipuler et organiser le contenu d'une chaîne, est avant tout un objet de plaisir. Une playlist a donc une dimension esthétique qui s'incarne matériellement et symboliquement. Par sa forme longiligne, une playlist ressemble à un gratte-ciel. Pour l'architecte Louis Henry Sullivan, l'architecture d'un gratte-ciel possède un « *caractère majestueux, suggérant la finesse et l'aspiration, le pur jaillissement telle une chose qui s'élève de la terre dans une affirmation unitaire*<sup>122</sup> ». D'une certaine manière, une playlist ressemble à un gratte-ciel. La verticalité est toujours la réponse à l'exigence formelle imposée par un espace restreint. D'un point de vue architectural, une extension verticale est un enjeu de la modernité. La juxtaposition d'étages ou de couches contribue à la construction d'une œuvre monumentale et spectaculaire qui offre une meilleure visibilité.

À l'instar d'un gratte-ciel, la structure d'une playlist enferme une force spectaculaire de jaillissement, une liste entraîne, elle a donc une fonction pragmatique assez forte. En même temps, une liste est un lieu de recueillement et d'unification spatiale qui permet aux éléments regroupés de se réconcilier en se soumettant à un ordre chronologique.

L'aménagement spatial d'une playlist permet d'orienter le regard du web spectateur. Le héros de cet infléchissement dans notre étude est un blogueur, un amateur de la photographie et non pas un professionnel. Une playlist *Youtube* est une liste de lecture de fichiers qui peut être lu de manière séquentielle ou aléatoire. Elle est également le fruit de la collaboration, de la logistique et de la technique. Or l'enjeu de classe n'est pas à négliger. Si la construction de la playlist offre une vision non conflictuelle du travail collaboratif, il n'exclut pas la réalité hiérarchique qui régit les relations entre les acteurs.

Dans la playlist *Youtube* « *Al Jazeera* », il est clair que le premier auteur de séquences promotionnelles collectionnées est *Al Jazeera* mais s'ajoute également un deuxième auteur, à savoir Ali Achouri dont la signature s'affiche sur chacune des « *promos* » de la playlist. Notre blogueur est le responsable de la circulation numérique des séquences d'*Al Jazeera* et de leur mise en ligne sur *Youtube*. Or, sans le dispositif d'accueil, il aurait été impossible pour le blogueur de

---

<sup>122</sup> Louis H. SULLIVAN, *The Autobiography of an Idea*, New York, Dover publications, 1956, pp. 313-314

faire voyager les séquences d'*Al Jazeera*. Dans ce sens, *Youtube* peut être considéré comme le troisième auteur.

## 1. Question de la playlist et de l'archive

*« Par archive, j'entends d'abord la masse des choses dites dans une culture, conservées, valorisées, réutilisées, répétées et transformées. Bref toute cette masse verbale qui a été fabriquée par les hommes, investie dans leurs techniques et leurs institutions, et qui est tissée avec leur existence et leur histoire. Cette masse de choses dites, je l'envisage non pas du côté de la langue, du système linguistique qu'elles mettent en œuvre, mais du côté des opérations qui lui donnent naissance. (...) C'est, en un mot, (...) l'analyse des conditions historiques qui rendent compte de ce qu'on dit ou de ce qu'on rejette, ou de ce qu'on transforme dans la masse des choses dites. <sup>123</sup> »*

L'archive pour Michel Foucault est indissociée de l'idée de la transformation. Du moment où l'objet change le support d'accueil original et s'insère dans un autre il n'est plus tout à fait le même. Frédéric Lambert voit dans l'acte d'archiver une renaissance. *« En les replaçant dans un temps et un espace différents de ceux de leur première exposition, écrit-il, on donne aux images une nouvelle luminosité, une nouvelle dimension symbolique, une nouvelle vie. <sup>124</sup> »*

À la lumière des éclaircissements précédents, une playlist *YouTube* est le lieu d'hébergement idéal pour effectuer des modifications éditoriales. Elle offre non seulement un emplacement dans lequel prend place des petits objets, mais elle propose également un chemin de lecture et une organisation hiérarchisée. Cela rend l'acte de lecture plus libre et le conditionne autrement.

La playlist construit un univers cohérent qui se produit dans la forme globale que donne la playlist. Cette cohérence est attribuée à l'organisation par numéro et par thème et dont la promesse est de créer une série. En même temps, la playlist est un objet flexible. Le travail de modulation et

---

<sup>123</sup> Michel Foucault, « La naissance d'un monde » (entretien avec J.-M. Palmier), *Le Monde*, supplément : Le Monde des livres, no 7558, 3 mai 1969, pp. 786-787.

<sup>124</sup> Frédéric LAMBERT.- L'hystoire. Récits d'archives recyclées.- in *Les cahiers du collège iconique*, Volume XIX, 2005. Edités par l'Inathèque et l'INA, 4e trimestre 2006.

de recomposition se développe dans la mise en tension entre deux dimensions contradictoires : fermeture et ouverture.

Si la playlist est un guide qui permet une lecture aléatoire ou séquentielle des vidéos, elle permet avant tout de jouer sur la mise en ordre des « promos », de les dépouiller de leur fonction organisationnelle. Comme l'explique le directeur d'une radio, le caractère ludique lié à la rhétorique des playlists est un enjeu de pouvoir: « *Ce qui fait la radio ce n'est pas tellement les morceaux inclus dans la "playlist" (...) mais plutôt le nombre global de morceaux, le nombre de catégories exploitées et le nombre de morceaux par catégorie. C'est le jeu entre ces trois facteurs qui donne le format* <sup>125</sup> ».

Les « promos » sont organisées en plusieurs catégories. Chaque catégorie est composée d'une série de vidéos promotionnelles de la même famille portant le même titre et distinguée les uns des autres par un système de numérotation. Dans la plupart des « promos », l'organisation thématique reprend le titrage donné par *Al Jazzera*, sinon elle est basée sur un classement selon les caractéristiques les plus marquantes dans la « promo ». Le travail systématique de classement augmente la compréhension des principes d'ordre et contribue à rationaliser les pratiques.

Qu'elle soit subjective ou non, la catégorisation favorise la mémorisation des objets et augmente le degré de connexité entre les sous-catégories. L'organisation binaire par thème et chiffre se justifie par un souci de pertinence, elle sert à faciliter la recherche des « promos ». Mais, indépendamment des raisons qui motivent le travail de collection, ce qui nous semble le plus captivant dans la playlist, c'est cette classification en soi car elle explicite la logique de la systématisation suivie par le collectionneur et fournit paradoxalement l'occasion de négocier d'autres chemins de lectures possibles en dehors de la classification proposée.

L'acte de collectionner affiche chez le collectionneur un amour pour le détail, la symétrie et la contemplation. Elle l'entraîne volontairement ou involontairement dans le jeu de la recomposition de sorte que l'admiration entraîne une succession de gestes : tri, regroupement classement. Pour Umberto Écho, le souci d'homogénéité et de pertinence se transforme malgré tout en quête de sens qui oblige à fouiller dans la mémoire de ces objets pour retracer leur généalogie, pour les inscrire

---

<sup>125</sup> Barbara. FENATI, « Radio de programme et radio de flux : l'exemple italien », in: *Réseaux*, 1992, volume 10 n°52. p. 47.

dans une chaîne de valeur et finalement pour comprendre leur histoire particulière, leur utilité et leurs caractéristiques.<sup>126</sup>

Si ce travail laborieux est souvent associé au plaisir, il est certainement une expérience transformatrice qui affecte à la fois acteur et actant : cette mutation travaille non seulement les objets circulants mais aussi le responsable et les contempteurs de cette action. D'emblée, l'acteur qui déconstruit l'objet pour le reconstruire à nouveau cherche à transmettre son amour pour l'insolite, pour l'original.

Or, s'exposer aux regards d'autrui c'est avant tout accepter de se soumettre à leur jugement. C'est éveiller chez les admirateurs comme chez les condescendants une curiosité pour la collection. Dominique Jarassé affirme que le geste de collection est en soi créateur de l'indifférenciation : « *La collection est, par excellence, le lieu intermédiaire de métamorphose de l'objet* ». Si la collection est vue comme terrain de transformation, c'est le collectionneur qui « *peut, parfois seul, ouvrir un champ de curiosité* <sup>127</sup> ».

S'emparer des « *promos* » est dans notre cas un geste individuel, parce que le rassemblement et la manipulation des objets donnent la possibilité de se démarquer des autres par. Ce geste offre au collectionneur l'occasion de s'approprier ces séquences, de marquer sa trace sur la collection. En revanche, si une collection renforce le pouvoir d'agir du collectionneur, elle le piège, elle l'enferme dans cette gourmandise de liste. Umberto Éco met en garde contre cette passion pour la liste : « *Personne ne peut échapper à l'effet d'inachevé qu'elle crée* <sup>128</sup> ». Une liste ou une playlist est comme un monstre qu'il faut nourrir tout le temps et qui ne sera jamais satisfait.

---

<sup>126</sup> Umberto ÉCO, *Vertige de la liste*, Paris, Flammarion, 2009, p. 15

<sup>127</sup> Citation de Dominique JARASSÉ in Jean-Charles DEPAULE, « Odile Vincent (dir.). Collectionner ? Territoires, objets, destins », *Gradhiva*, 16, 2012, p. 256-257.

<sup>128</sup> Umberto ÉCO, *Vertige de la liste, op. cit.*, 2009, p. 377.



Fig.6 : extrait de la « promo » (37) de la playlist,  
série *L'Egypte parle d'elle-même*

Malgré sa forme colossale, la playlist accueille des objets à destin fragile, souvent voués à la circulation, à l'errance et à la mutation et les transforme en archives. Paradoxalement, l'originalité de la playlist réside dans sa fonction muable et dans sa nature élastique. En détournant les objets de leur destination primaire, la playlist leur donne de nouvelles fonctions et une autre vie.

Pourtant, cette muabilité de la playlist ne réduit pas l'authenticité de l'objet parce qu'une playlist porte en elle toutes les traces d'usage d'ici et d'ailleurs. Ces traces qui permettent l'identification d'une « promo » d'*Al Jazeera* sont toujours d'ordre éditorial. En effet, une « promo » d'*Al Jazeera* se distingue par le logo de la chaîne et par un titre qui s'affichent toujours à la fin de chaque « promo », comme le montre l'exemple ci-dessus.

## 2. La playlist : entre énumération, nomination et métonymie visuelle

Dans la playlist, en règle générale, une « promo » est composée des éléments suivants : le logotype de la chaîne, un titre qui reprend le titre antérieur à la « promo », un numéro externe qui le situe dans la playlist et un numéro interne qui établit un ordre hiérarchique entre les « promos » de la même série. Cela nous ramène à considérer la playlist, que le blogueur s'est donné à faire comme à la fois une forme ouverte et fermée.

D'un côté, elle renferme les « promos » qui se succèdent les unes après les autres dans une série particulière. De l'autre, elle donne à voir une suite de scènes qui s'enchaînent créant ainsi un effet d'ensemble. Cette double forme constitue un cadre où s'organisent harmonieusement et hiérarchiquement les scènes représentées. Nous suggérons ainsi que la représentation d'un univers

ordonné et non conflictuel tient à trois paramètres définitoires que propose la playlist, à savoir l'énumération, la nomination et la métonymie visuelle.

Umberto Éco explique que le recours à l'énumération est à voir comme une tentative de définition. L'énumération donne la possibilité de parler des objets numérotés, de les rendre compréhensibles, plus ou moins perceptibles. Dans le cas des « promos », l'énumération a une fonction opératoire. Devant des objets dont on ignore les confins et dont le nombre exact est indéterminé, l'énumération s'avère comme un moyen de contourner ou de domestiquer ce sentiment d'infini.<sup>129</sup>

Or, « *L'infini ...est le sentiment subjectif de quelque chose qui nous dépasse, c'est un état émotif*<sup>130</sup> ». Le sentiment d'infini est une sensation illusoire qui exprime souvent un malaise linguistique et identitaire, mais on peut le considérer également comme une réponse partielle à la nécessité de diminuer symboliquement l'impact négatif de l'imprévisible. Les « promos » sont des objets événementiels à caractère périssable : l'élaboration de chacun des scénarios dépend de l'actualité politique.

Par conséquent, la numération permet de parler de l'état de ces objets et d'exprimer une écriture inachevée qui se perfectionne avec le temps. Comme nous le voyons dans l'illustration ci-dessous, le dispositif technique créé par *YouTube*, permet deux types d'énumération : l'énumération externe correspondant à une playlist (*infini*) et l'énumération interne correspondant à une playlist (*fini*). Les deux playlists donnent un ordre de lecture que la personne se sent obligée de respecter.

Or, la première est de nature ouverte, non-finie, susceptible d'être complétée et d'accueillir de nouvelles « promos », alors que la deuxième est de nature fermée et finie. La clôture est exprimée par le commencement d'une nouvelle énumération.

---

<sup>129</sup> Umberto ECO, *ibid*, p. 15.

<sup>130</sup> Umberto ECO, *ibid*, p. 15.









 <p>01 الحرب على غزة - البرومو قناة الجزيرة de Ali Achouri 2 225 vues برومو قناة الجزيرة</p>	Promo Al Jazeera – la guerre sur Gaza 01
 <p>02 الحرب على غزة - البرومو قناة الجزيرة de Ali Achouri 1 384 vues برومو قناة الجزيرة</p>	Promo Al Jazeera – la guerre sur Gaza 02
 <p>03 الحرب على غزة - البرومو قناة الجزيرة de Ali Achouri 4 063 vues برومو قناة الجزيرة</p>	Promo Al Jazeera – la guerre sur Gaza 03
 <p>04 الحرب على غزة - البرومو قناة الجزيرة de Ali Achouri 2 708 vues برومو قناة الجزيرة</p>	Promo Al Jazeera – la guerre sur Gaza 04
 <p>05 الحرب على غزة - البرومو قناة الجزيرة de Ali Achouri 2 330 vues برومو قناة الجزيرة</p>	Promo Al Jazeera – la guerre sur Gaza 05
 <p>06 الحرب على غزة - البرومو قناة الجزيرة de Ali Achouri 2 072 vues برومو قناة الجزيرة</p>	Promo Al Jazeera – la guerre sur Gaza 06

Fig.7 : extrait de la playlist, « promos » (6, 7, 8, 9, 10, 11),  
série *Guerre sur Gaza* avec la traduction de l'arabe vers le français

En observant cette double structure, nous constatons par exemple que la « promo » intitulée *Promo, Guerre sur Gaza* est la sixième dans la playlist et la première de la série *Guerre sur Gaza*, une série composée de douze « promos ». De même, plus loin dans la playlist, la « promo » nommée *Promo d'Al Jazeera, l'Égypte, Le triomphe du peuple* est la quarante-deuxième dans la playlist et la deuxième de la série *Égypte, Le triomphe du peuple*, une série constituée seulement de trois « promos ». L'opposition entre énumération externe et interne renvoie à deux façons de connaître ces objets. Par la création d'une tension entre l'*infini* et le *fini*, ces deux types d'énumération expriment cette volonté de définir et de comprendre ces objets. Devant la difficulté de stabiliser un genre, l'énumération permet de créer une identité grâce à la structure.

Une « promo » a une durée définie et précise mais, certains épisodes s’inscrivent dans une continuité sans fin. La playlist permet donc de doter une « promo » d’une dualité temporelle,<sup>131</sup> d’enregistrer le temps court d’un épisode promotionnel dans un temps plus large : celui d’une série. Plus encore, par l’ordre hiérarchique et chronologique qu’elle opère, elle crée un lien de causalité entre les différentes « promos » qui semblent ne rien avoir en commun à première vue. Observons l’organisation spatiale de cet extrait de la playlist :

	<p><b>برومو قناة الجزيرة -الصمود</b> de Ali Achouri 616 vues برومو قناة الجزيرة</p>	<p>Promo Al Jazeera - Résistance</p>
	<p><b>برومو قناة الجزيرة - بن علي هرب</b> de Ali Achouri 168 597 vues برومو قناة الجزيرة</p>	<p>Promo Al Jazeera - Ben Ali s’est enfui</p>
	<p><b>برومو قناة الجزيرة - مصر تتحدث عن نفسها 01</b> de Ali Achouri 37 121 vues برومو قناة الجزيرة</p>	<p>Promo Al Jazeera - L’Égypte parle d’elle-même</p>

Fig.8 : extraits de la playlist, « promos » (32), (33), (34), séries *Guerre sur Gaza*, *Couverture continue*, *L’Égypte parle d’elle même*

La promo (32) qui évoque la guerre sur Gaza, s’ensuit directement par la promo (33) qui raconte un épisode de la révolution tunisienne, cette « promo » est suivie sans interruption par la « promo » (34) qui relate une page de la révolution égyptienne. Trois « promos » qui correspondent à trois périodes différentes et qui font référence à trois lieux distincts. Cependant, ces « promos » s’organisent harmonieusement dans la playlist, c’est comme si aucune frontière ou discontinuité spatiale ne les séparaient.

La « promo » (33) qui a fait 168 597 de vues a une histoire assez anecdotique. En effet, elle a rendu l’homme anonyme que nous voyons ci-dessous assez célèbre. En pleine révolution Tunisienne, il avait défié le couvre-feu imposé par le régime de Ben Ali et sous les caméras d’*Al Jazeera* - dans le feu de son action de résistance, il a prononcé un cri devenu célèbre : « harimna min adjli

<sup>131</sup> Gérard GENETTE, *Figures III*, Paris, Seuil, 1972, pp. 77-78.

Hadhihi al-lahdha ettarikhiya ?» « هرمننا !!! من أجل هذه اللحظة التاريخية » (On a vieilli en attendant ce moment historique).



Fig. 9 : extrait de la « promo » (33) de la playlist

Cet épisode de la révolution tunisienne s'insère paisiblement dans la playlist. La représentation sérielle présuppose une sorte de répertoire d'objets qui se réconcilient grâce à la rhétorique sérielle. Par le biais du chiffre, la playlist se présente comme un espace dialogique qui pourrait faire découvrir des rapports inconnus ou percevoir des connexions invisibles.

Si l'énumération est indispensable pour organiser les objets présentés, la nomination est incontournable pour parler de ces objets. L'écrivain russe Vladimir Nabokov rappelle le pouvoir transformateur de la nomination dans ces termes : « *La langue est le plus puissant instrument de la création, lorsque je nomme un objet, je confirme son existence*<sup>132</sup> ». Nommer c'est dire, mais c'est plus que dire puisque cela permet aussi de confirmer une présence. Mais pour que l'acte nominatif porte ses effets, il faut bien entendu que cette nomination soit acceptée, qu'elle circule, qu'elle soit reprise par les locuteurs.

Quant au sous-titre, il ajoute un degré d'intensité et de précision. Plus spécifiquement, la création d'un sous-titre aide à distinguer les « promos » les unes des autres et à permet de leur donner une valeur signifiante à l'intérieur du genre. Plus concrètement, le sous-titre catégorise les « promos » et les situe dans des séries différentes. En effet, le sous-titre attribué à chaque « promo » est la plupart du temps une répétition, une reprise à l'identique du titre antérieur à chaque « promo ». Nous disons la plupart du temps, parce que le souci de nommer débouche parfois sur un abus. À

---

<sup>132</sup> Vladimir NABOKOV (trad. Jean-Bernard Blandenier), *Regarde, Regarde les arlequins*, Gayard, Paris, 1978, p. 18.

titre d'exemple, la série qui porte le titre *Promo d'Al Jazeera, Enfants de Gaza* trahit en quelque sorte son titre original, à savoir *Libertés et Droit de l'Homme*.

Ces objets minuscules, dont le temps ne dépasse pas les quarante secondes, ont parfois deux titres. Cette surnomination exprime une volonté mi-avouée de sortir ces objets de leur état invisible et de les faire accéder à la scène du visible. Le souci de visibilité s'exprime ouvertement dans le recours à une métonymie visuelle. En effet, grâce au dispositif technique mis en place par *YouTube*, il est possible de créer une vitrine pour chacune de ses vidéos.

Techniquement, une fois une vidéo est mise en ligne, il est possible de la personnaliser et de choisir une image de couverture vidéo. Cette représentation symbolique de l'objet est significative pour deux raisons : d'abord parce que l'arrêt sur une image relève toujours d'un choix plus ou moins subjectif. Ensuite, parce que l'image qui se détache de chaque vidéo laisse penser que ce qu'on voit à l'intérieur du cadre n'est pas un tout mais un échantillon.

En d'autres termes, l'image symbolique ne représente pas seulement ce qu'on aperçoit, mais aussi la grandeur qui se cache derrière et dont elle est l'exemple. Cette image nous dit implicitement que ce qu'elle représente devrait continuer au-delà de son cadre. Pour obtenir cet « effet d'abondance<sup>133</sup> » dont parle Éco, l'image choisie devrait isoler un aspect précis de la vidéo, il faut saisir un moment évocateur, susceptible de créer des associations métaphoriques.



برومو قناة الجزيرة - بن علي هرب  
de Ali Achouri 168 541 vues  
برومو قناة الجزيرة

Promo Al Jazeera – Ben Ali s'est enfui



برومو قناة الجزيرة - أطفال غزة 02  
de Ali Achouri 4 434 vues  
برومو قناة الجزيرة

Promo Al Jazeera – Les enfants de Gaza

Fig.10 : extraits des « promos » (3), (33) de la playlist, intitulées *Enfants de Gaza* et *Ben Ali s'est enfuit*

<sup>133</sup> Umberto ECO, *op., cit.* p.44.

Les images tirées respectivement des « *promos* » : *enfants de Gaza* et *Ben Ali s'est enfui* représentent des extraits de deux interviews télévisées dont l'une a eu lieu en 2009 durant la guerre sur Gaza et l'autre en 2011 durant la révolution tunisienne. L'éloquence et la fermeté avec lesquelles s'expriment l'enfant et le vieillard les ont transformées, du jour au lendemain, en des figures emblématiques. Cela nous mène à postuler que les métonymies visuelles choisies ne sont pas dues au hasard et qu'elles expriment un souci de visibilité. En outre, cette surprésentation de l'objet dévoile en quelque sorte le désarroi de l'auteur de la playlist, son incapacité de nommer, de parler d'un événement qui le dépasse.<sup>134</sup>

Éco exprime ce malaise linguistique face à l'inconnu dans ces termes : « *La crainte de ne pouvoir tout dire se manifeste devant une infinité de noms mais aussi devant une infinité de choses*<sup>135</sup> ». L'amplitude de l'énumération, l'excès de la nomination et la surprésentation visuelle expriment tous les trois une expérience de *vertige*. Ils suggèrent une révolution spatiale mobilisée pour parler de quelque chose de nouveau, d'immense et d'indicible. Outre la fonction cognitive de la playlist qui donne la possibilité de s'exprimer sur des objets ayant des similitudes formelles s'ajoute une fonction à la fois pratique et poétique. La playlist encadre l'ensemble des « *promos* » dans un lieu commun et leur confère une certaine unité.

### 3. La playlist : un monde baroque

Si une playlist est un espace d'homogénéisation et d'ordre, elle est avant tout un espace ludique que l'on crée pour se divertir, pour tirer du plaisir et de l'amusement. Cet aspect ludique se manifeste techniquement par la possibilité de passer d'une lecture chronologique à une lecture aléatoire. Par un simple geste technique, la playlist se transforme en un labyrinthe, en un monde baroque qui abolit les frontières spatiales et temporelles, non seulement entre les « *promos* » mais aussi entre les séries antérieures. Grâce à cette fonctionnalité numérique, il est possible de voyager librement et de passer d'une « *promo* » à une autre sans contrainte.

---

<sup>134</sup> Umberto ECO, *ibid*, p. 49.

<sup>135</sup> Umberto ECO, *ibid*, p. 67.



Fig.11 : extraits de la playlist, « *promos* » (4), (69),  
séries *Guerre sur Gaza* et *La Libye, Opinion et Opinion opposée*

Observons les deux « *promos* » ci-dessus. La première fait partie de la série *Guerre sur Gaza* alors que la deuxième fait partie de la série *La Libye, Opinion et Opinion opposée*. Malgré les soixante-cinq « *promos* » qui séparent ces deux « *promos* », le passage à un mode de lecture aléatoire permet d'établir facilement des analogies entre elles. En effet, la métonymie visuelle permet de voir une première similitude : les deux images font apercevoir respectivement le porte-parole du Royaume-Uni à l'ONU et l'ex-président américain Barak Obama. Quant au sous-titrage, il permet d'en déduire qu'il s'agit d'extraits de deux discours politiques traduits.

En parcourant ces deux « *promos* », nous avons constaté qu'une phrase revenait toujours : « *an immediate cease-fire* », (un cessez-le-feu immédiat). Cependant, ce signifiant correspond à deux signifiés différents. Dans la première « *promo* », cette revendication porte une tonalité pacifique qui exprime le désarroi de la communauté internationale : « *it's an inditement of our collective failure* » (c'est une preuve de notre échec collectif) comme le déplore le porte-parole anglais. Dans la deuxième « *promo* », cette même revendication porte une tonalité guerrière qui fait explicitement appel à une intervention militaire : « *resolutions will be inforced through military actions.* » (Des résolutions seront imposées par des actions militaires) comme le confirme Obama.

L'opposition entre ces deux tonalités exprime la duplicité des discours et des positions politiques. Sur un plan technique, cet exemple montre les avantages du passage à une lecture aléatoire. Grâce

à l'abolition de la logique sérielle, il est envisageable d'établir des analogies, de faire jaillir des rapports nouveaux qui seraient passés inaperçus si chaque « promo » était restée classée chronologiquement.

Si le recours à un mode de lecture chronologique exprime cette volonté de mettre un ordre là où règne le chaos, le mode de lecture aléatoire exprime le désir de défier ce monde en déformant l'ordre établi. Une playlist *YouTube* permet non seulement de modifier l'organisation, mais elle est un vraie trompe l'œil. À priori, l'unité spatiale suggère l'appartenance des objets présentés à la même sphère conceptuelle et au même contexte éditorial. À première vue, la playlist est un univers homogène, un réservoir énorme dont la forme apparente laisse penser qu'elle se limite à des objets appartenant au même genre. Or, derrière cette cohérence absolue qui réunit des objets ayant une forme de parenté règne un monde plus ou moins chaotique.

La forme standardisée d'une « promo » nous a permis de détecter trois formes d'excès : la première consiste à introduire une série d'objets complètement étrangers au projet d'une « promo ». À titre d'exemple, la prétendue promo (19) de la playlist, rangée dans la série *Promo d'Al Jazeera, Al Fakhoora*, ne porte même pas le logo de la chaîne *Al Jazeera*. Il est donc difficile de vérifier si cet objet est une des « promos » de la chaîne.

La deuxième forme d'excès consiste à sortir une « promo » de sa série en lui attribuant un titre à part. Par exemple, la « promo » (75) de la playlist portant le titre *le Printemps arabe* est a priori une « promo » faisant partie de la série *Opinion...et Opinion opposée*. Cependant, elle n'y figure pas.

Le troisième niveau d'excès consiste à accorder à une série ou à une « promo » un nouveau titre qui ne reprend pas son titre original. C'est le cas de la « promo » (24) de la playlist. En principe, cette « promo » appartient à la série *Opinion...et Opinion opposée*. Cependant, elle figure dans la série *Droit de l'Homme*.

La playlist entretient un rapport de causalité réciproque avec l'ordre et l'excès : d'abord, par l'énumération qu'elle opère, la playlist crée un ordre dans les « promos ». Or, cet ordre n'aurait pas pu être possible sans l'acte de collectionner. Paradoxalement, ce geste qui traduit un besoin excessif d'accumuler est responsable de la mise en ordre des « promos ». Ensuite, par la mise en place d'une structure ouverte, la playlist opère une prolifération.

Néanmoins, le nombre considérable des « *promos* » ne s'explique que par la fascination qu'elle exerce sur le collectionneur. À partir de ce raisonnement, nous en déduisons que l'insertion des éléments hétéroclites qui déstabilisent théoriquement l'univers des « *promos* » fait de la playlist un objet réaliste et non pas idéaliste : l'extensibilité de ce dispositif témoigne de sa capacité à accueillir des éléments étrangers alors que sa malléabilité atteste de sa faculté à donner lieu à des associations plus ou moins hétérogènes dont l'auteur n'est pas toujours tenu de rendre compte.

La playlist, ce dispositif destiné à produire une liste non-finie d'éléments plus ou moins homogènes, fait opposer constamment ordre et excès. Si la playlist est presque une reconnaissance du fait qu'il nous manque des mots pour exprimer le monde, elle est certainement une révolution sans fin, c'est là où tient le vertige de la liste dont parle Umberto Éco.

La playlist est de nature ludique, cela laisse la porte grande ouverte au dérapage et à l'excès. Or, le dérapage est occulté en quelque sorte par ce qu'Umberto Éco appelle « *l'énumération conjonctive*. » Celle-ci consiste à réunir « *des choses qui, bien que différentes, donnent à l'ensemble une cohérence parce qu'elles sont vues par un même sujet, ou considérées dans un même contexte*<sup>136</sup> ». Les entités étrangères que nous avons mentionnées contaminent la playlist et la rendent discrètement chaotique. Cependant, le nombre considérable des « *promos* » occultent ces étrangetés de sorte qu'elles deviennent invisibles.

### III. Pourquoi le médiactivisme numérique a-t-il lieu?

Comment lister en un ensemble cohérent les raisons et motivations associées aux médiactivismes numériques ? Dominique Cardon et Fabien Granjon expliquent qu'à l'ère Internet se développent de nouvelles tactiques médiatiques. Parmi les traits caractéristiques des nouvelles formes de mobilisation informationnelles qui se font chaque jour sur Internet, les auteurs dépeignent deux caractéristiques.

D'abord l'apparition des formes organisationnelles nouvelles. Les auteurs utilisent le mot « *interactions opportunistes* » pour désigner les nouvelles initiatives des acteurs sociaux pour se faire remarquer sur la toile. Cela joue un rôle important dans le médiactivisme en ligne : « *En raison de la diversité et de l'hétérogénéité des participants, les collectifs sur Internet se définissent*

---

<sup>136</sup> Umberto ECO, *ibid*, pp.321-323.



*moins par des valeurs partagées que par des engagements et des mobilisations circonstanciées*<sup>137</sup>».

Dans le cas de notre blogueur amateur, il s'agit d'employer les outils que permet *YouTube* pour rassembler le plus grand nombre de vidéos promotionnelles d'*Al Jazeera*. En même temps, cette nouvelle initiative de la part de notre blogueur va lui assurer la visibilité qui est la deuxième caractéristique liée au médiactivisme numérique selon Dominique Cardon et Fabien Granjon : « *les nouveaux producteurs de la culture participative doivent néanmoins, pour se faire entendre sur la toile, s'engager dans des pratiques auto-promotionnelles complexes et virtuoses*<sup>138</sup> ». Les stratégies d'auto-promotion relèvent donc d'une importance cruciale car elles constituent l'identité numérique de l'acteur.

## 1. Auto-promotion: le logo du photographe amateur

« *L'identité visuelle est un ensemble cohérent de choix graphiques applicable à tout support de communication, dans le but de personnaliser une enseigne, conformément à ses valeurs et à son type d'activité*<sup>139</sup> ». Le choix des thèmes et des couleurs à communiquer devrait permettre de définir l'ambiance graphique de sa chaîne. Tous les signes sont significatifs : logo, polices d'écriture, couleurs, effet de transparence, image d'arrière-plan.

Bien évidemment, ces fragments d'informations constituent l'identité visuelle de la chaîne qui reste la même sur tous les supports. Dans le cadre de notre étude nous nous intéresserons à quelques fragments d'informations en lien direct avec les « *promos* ». Ce qui restreint notre champ d'investigation à l'étude du logotype de la chaîne du blogueur, comme à la fois facteur d'identification et moteur de configuration fictionnelle.

Dans l'ouvrage *Bleu, histoire d'une couleur*<sup>140</sup>, l'historien Michel Pastoureau réalise une étude diachronique des couleurs, en prenant appui sur le bleu. Il soutient la thèse selon laquelle la perception des couleurs est un phénomène culturel et social. Ainsi, en dépit des multiples

---

<sup>137</sup> Dominique CARDON et Fabien GRANJON, *Médiactivistes, op. cit.*, 2010, p. 127.

<sup>138</sup> *Ibid.*

<sup>139</sup> Marc WATHIEU, « Infographie : identité visuelle », *MultimédiaLab*, in

<http://www.multimedialab.be/cours/infographie/identite.htm>.

<sup>140</sup> Michel PASTOUREAU *Bleu. Histoire d'une couleur*, Paris, Le Seuil, 2000, p. 141

références que l'on associe à une couleur, ce qui est certain, c'est que la couleur travaille le regard et éveille des sensations.

La couleur est l'un des traits qui caractérise et donne une signification au logo. Au même temps, une couleur est indissociable de la réalité qu'elle représente. L'être humain est sensible aux couleurs, il les a toujours associées à des concepts, à des sentiments, à des signes, et il leur a même créé un langage spécifique. Le logo en question ne possède que deux couleurs, il est typographié en blanc apaisant et rassurant, placé sur un fond rouge chaud et attirant.



Fig.12 : extrait de la « promo » (8) de la playlist,  
série *Guerre sur Gaza*

Comme le montre l'exemple ci-dessus, le logo qui s'affiche à droite en haut de la « promo » est composé de trois lettres *Ali* écrites en blanc sur un fond rouge et typographiées en caractères manuscrits. Aujourd'hui, à l'ère des marques, le fragment coloré joue un rôle considérable dans l'économie de l'information. La couleur en tant que médiateur participe à la migration incomplète de certaines représentations et véhicule des récits partiels. Les couleurs ne sont jamais là par hasard, elles ont toujours un sens.

Elles pèsent sur notre vie quotidienne, notre langage et notre imaginaire. Elles ne sont ni immuables ni universelles et ont une histoire mouvementée. À partir de cette définition en termes de continuité, nous pouvons comprendre les raisons pour lesquelles les couleurs sont associées à

des représentations aussi stéréotypées qu'elles soient. Au XIX siècle, le rouge par exemple a été associé à la révolution, au prolétariat, il a été un emblème du socialisme, puis du communisme. Il ne finit de raconter les histoires des luttes sociales.

Le choix de donner un prénom à sa chaîne n'est pas neutre. Dans son œuvre *L'élève et la leçon*, l'écrivain algérien Malek Haddad insiste sur l'importance des prénoms, il affirme qu'« *un prénom contient ce qu'un tutoiement ne saurait résumer. Ce qu'un regard complice et solitaire ne contient pas. Ce qu'un aveu qui vous reste dans la gorge ne raconte pas* <sup>141</sup> ». Si un prénom est une marque d'identification distinctive, dès qu'il se diffuse largement, il devient presque une propriété collective avec qui il est possible de s'identifier. Ainsi, communiquer avec son prénom, comme le fait notre blogueur, c'est faire preuve de bonté, c'est établir une ambiance de convivialité. Mais c'est aussi un moyen de montrer que ce symbolique humain cultive des relations interpersonnelles et communique des valeurs humaines.

Fragment du passé, le logo est autant d'indices et de traces qui donnent à voir et à entendre des histoires du passé. Il se présente comme un lieu d'enseignement qui apporte une reconnaissance instantanée à une image disparue. Ainsi, le logo qui s'affiche au début du déroulement des « *promos* » se réclame comme un parti pris de l'histoire racontée. À titre d'exemple, dans *Promo Al Jazeera, la guerre sur Gaza* (3), le logo en rouge et blanc s'harmonise parfaitement avec ce qui ressemble, au premier regard, à des feux d'artifice pour célébrer l'éternelle histoire de la guerre et de la paix.

L'analyse du logotype du blogueur nous permet de confirmer que le besoin de colossal promu par la playlist a affaire avec la consommation qui envahit plusieurs aspects de notre culture. Si la playlist occulte les excès et les dérapages en produisant un sentiment de profusion, elle réaffirme que « *l'univers de l'abondance et de la consommation, à la disposition de tous, représente le seul et unique modèle d'une société ordonnée* <sup>142</sup> ».

## 2. La playlist : une métaphore de la société de consommation

Créer un compte *YouTube*, avoir sa propre chaîne, personnaliser sa playlist, des actes qui font croire qu'il s'agit d'un acte gratuit, ils laissent penser que les vidéos présentées sont des objets de

---

<sup>141</sup> Malek HADDAD, *L'élève et la leçon*, Éditions Julliard, 1960, p. 91.

<sup>142</sup> Umberto ECO, *op. cit.*, p. 353.

plaisir et que les modes de présentation, à savoir l'énumération, la nomination et la métonymie visuelle, ne sont en aucun cas calculés. Cependant, la playlist est une partie intégrante d'un modèle économique bien établi. Cela ne veut pas dire que la création d'une playlist est toujours motivée par des intérêts économiques, mais la moindre des choses que l'on puisse dire, c'est que la réalité d'une playlist est postérieure à l'acte simple de collectionner.

Par l'énumération interne qu'elle opère, la playlist ressemble à une série télévisée. Elle est constituée de plusieurs épisodes interdépendants dont le lien est l'histoire ou le thème. Au cours des années, la diffusion des séries a dépassé le cadre de la télévision pour arriver à la diffusion Internet. Cette évolution de la diffusion et de la progression d'Internet dans les foyers a peu à peu habitué les téléspectateurs à se transformer en *webspectateurs*.

Les « *promos* » par leur forme sérielle et courte répondent à la logique de websérie c'est-à-dire qu'elles sont parfaitement adaptées à une diffusion sur Internet. Ainsi, la mise en ligne d'un format série dont la diffusion est irrégulière est à concevoir comme une prise de possession d'un pouvoir sur ce format, c'est aussi un moyen de contrôler le temps et d'avoir une emprise symbolique sur une histoire dont la fin est inconnue.

La playlist est représentative de notre société happée par la consommation. Elle est comme une machine qui produit infiniment des objets à consommer. Par l'excès qu'elle opère, la playlist décrit le comportement de l'homme face à la prolifération d'objets. Le danger de cette profusion d'objets, comme le constate Jean Baudrillard,<sup>143</sup> c'est que le possédant se transforme petit à petit en possédé. La playlist entraîne, étale et fait de l'acte de collectionner un acte obsessionnel.

Les moyens mis en œuvre par *Youtube* pour promouvoir le culte de la profusion sont prodigieux, la possibilité de créer une playlist extensible à l'infini en est l'exemple-type. En s'appropriant les « *promos* », le blogueur se dote d'un pouvoir sur ces séquences d'*Al Jazeera*. La playlist, ce lieu magique de pouvoir, crée ainsi un sentiment de bonheur.

*YouTube* offre la possibilité à n'importe quel utilisateur de créer sa propre chaîne, afin d'y mettre les vidéos qu'il désire. Il s'agit donc de se créer une vitrine personnalisée sur l'un des sites les plus

---

<sup>143</sup> Jean BAUDRILLARD, *La société de consommation, ses mythes, ses structures*, Paris, Edition Denoël, Collection Folie/ essai, 1986, p.19

visités au monde. Cette stratégie de mobilisation est tant géonumérique que professionnelle. Outre son rôle dans le processus de la mise en visibilité, *YouTube* est un moteur de recherche tout puissant qui permet d'attirer des flux vers sa chaîne et d'acquiescer éventuellement de la notoriété.

Avoir son propre foyer numérique signifie que les visiteurs resteront plus sur le site. Avec ce modèle économique, *YouTube* met en œuvre une politique attractive d'évolution professionnelle. À mesure que les vidéos cumulent des vues, le détenteur d'une chaîne pourrait devenir *Partenaire YouTube* et être rémunéré pour le visionnage de ses vidéos. Ainsi, il est important de produire de la qualité aussi bien que de la quantité pour se créer un revenu grâce à ses vidéos et attirer de nouveaux visiteurs vers son site.

La chaîne *Youtube* se présente comme un vecteur majeur de communication pour les acteurs économiques en recherche de visibilité et d'image de soi. L'objectif étant toujours d'obtenir un bon gros buzz qui permettrait de se faire connaître plus vite, il est indispensable bien entendu de personnaliser le style de sa chaîne et de sa playlist. De ce fait, la création d'un logotype propre à sa chaîne et qui traverse toutes ses vidéos est indispensable pour se faire connaître.

### 3. Médiactivisme et mémoire collective

Qu'est-ce qui a motivé notre blogueur à constituer un recueil des vidéos promotionnelles d'*Al Jazeera* ? Dans notre entretien téléphonique avec Ali Achouri, il prétend que c'est pour « *l'histoire et la mémoire*<sup>144</sup> ». Alexandra Haché explique que le médiactivisme numérique est avant tout une action de lutte contre les injustices et que la prise de position se base sur des capacités individuelles d'abord d'empathie envers une situation, ensuite il est le fruit d'un travail d'expérimentation et de recherche d'autonomie dans l'expression de l'empathie ressentie.<sup>145</sup> Dans le cas de Ali Achouri, s'approprier des vidéos promotionnelles qui relate la guerre sur Gaza ou qui suivent l'évolution des révolutions dans le monde arabe peut être vu comme un moyen de se doter d'un pouvoir d'agir.

---

<sup>144</sup> Voir entretien complet avec Ali Achouri en annexe p. 303

<sup>145</sup> *Le mouvement altermondialiste, versus les technologies de l'information et la communication* [Texte imprimé] : [usages, pratiques et valeurs de l'activisme contemporain] / Alexandra HACHÉ ; sous la direction de Jacques Prades / [S.l.] : [s.n.], 2006 , p. 124.

Les capacités individuelles d'agir ont transformé le lieu d'action, à savoir la playlist, en lieu de « *mémoire collective* ». Selon Maurice Halbwachs, la « *mémoire collective* » s'inscrit dans une continuité « *puisque'elle ne retient du passé que ce qui est encore vivant dans la conscience du groupe qui l'entretient.*<sup>146</sup> »

« *La mémoire collective* » est donc composée de l'ensemble d'objets ou des résultats générés par les processus de production et de circulation d'informations. Elle rassemble le contenu, les formats et les supports permettant le stockage et l'archivage de l'information. « *La mémoire collective* » serait un processus qui implique divers acteurs sociaux qui désirent informer et communiquer à d'autres acteurs les contenus qu'ils développent. En ce sens, elle est un processus de production et de diffusion d'informations et de connaissances qui se réalisent avant, pendant et après l'action et qui s'appuie sur des médias alternatifs ou autonomes.

À priori, les vidéos promotionnelles d'*Al Jazeera* sont adaptées à des circonstances particulières, celle des révolutions arabes. Néanmoins, elles sont un lieu de « *mémoire collective* » à la fois matériel et symbolique. Elles renvoient toujours à des moments historiques, à des personnages et mythes collectifs et même à des idéologies politiques anciennes. Ces dispositifs objectivés et matérialisés sont partagés par presque toute la communauté arabe. En regardant les « *promos* » d'*Al Jazeera*, le spectateur a l'impression de jongler entre les lieux du passé et les lieux du présent, entre une mémoire individuelle et une « *mémoire collective* ».

#### IV. Médiactivisme numérique et transformation des récits

« *Ce qui entretient la soumission n'est pas tant  
l'ignorance que le doute sur sa capacité de faire changer  
les choses*<sup>147</sup> »

La circulation d'objets médiatiques est très liée à l'émergence des réseaux sociaux. C'est un phénomène qui rend active les acteurs sociaux. En s'emparant des séquences promotionnelles d'*Al Jazeera* pour les replacer dans un nouvel univers numérique qui est sa chaîne *Youtube*, *Al Jazeera* lui donne les moyens de s'affirmer et de s'exprimer à travers des créations authentiques, qui lui

---

<sup>146</sup> Maurice HALWACHS, « *La mémoire collective* », *op. cit.*, 1997, p. 131.

<sup>147</sup> Jacques RANCIÈRE, *Les nuit des prolétaires. Archives du rêve ouvrier*, Paris, Fayard, 1981.

sont propres. De cette manière, la chaîne qatarie participe dans sa transformation, volontaire ou involontaire, en un spectateur actif.

La circulation numérique des vidéos télévisuelles d'*Al Jazeera* et leur transformation en objets numériques les placent au centre du débat scientifique sur la question de médiactivisme en ligne. L'initiative ici a pour ambition de prospecter des pistes de réflexion à la fois sur le plan théorique et méthodologique pour rendre compte d'une nouvelle forme d'expression en ligne que permet la circulation des vidéos d'*Al Jazeera*, de les envisager en tant que moteur d'activisme. Plus concrètement, il s'agit de voir comment *Al Jazeera* à travers ses vidéos télévisuelles a ouvert un espace légitime de participation publique.

En observant les vidéos promotionnelles d'*Al Jazeera* à l'antenne et sur la chaîne *YouTube* d'Ali Achouri, nous avons relevé des différences en lien avec l'objet en soi. Certes, au fond l'objet reste le même qu'il soit à l'antenne ou sur *YouTube*, mais, on a quand même l'impression que l'objet a changé, qu'il s'est métamorphosé lorsqu'il a changé de support. En effet, les conditions de visionnement différent selon le support. Cela implique un changement de regard.

Bien évidemment, les facteurs qui favorisent la migration des « *promos* » sont d'ordre interne et externe. La forte valeur symbolique des promotions, la légende collective partagée d'une écriture des révolutions arabes et leurs formats courts sont des éléments liés directement à la circulation de ces objets, tandis que la présence d'un lieu de dépôt adapté comme *YouTube* est indispensable pour leur apparition dans le nouveau dispositif d'accueil.

## 1. La « promo » et l'imprévisible

Le passage des « *promos* » à l'antenne est toujours imprévisible. À l'instar d'une page publicitaire, le spectateur ne sait pas à quel moment exact la « *promo* » va passer. Cet objet événementiel renvoie à un événement réel, spectaculaire et imprévisible. À priori, les phénomènes sociaux comme une guerre, un conflit ou même une révolution ont cette dimension imprévisible. Cette imprévisibilité bascule le rapport au temps. Tout d'un coup, le spectateur assiste à une accélération croissante des flux d'informations et à une multiplication médiatique des situations d'urgences auxquelles les médias doivent se confronter.

Le politologue français et directeur de recherche au Centre d'études européennes de l'Institut d'études politiques de Paris Zaki Laïdi confirme : « *le temps mondial est indiscutablement porteur d'une nouvelle unité de mesure du temps : celle de l'immédiateté, de l'instantanéité, de la simultanéité et de l'urgence.*<sup>148</sup> » Les « *promos* » sont des objets nés dans l'urgence et dans l'imprévisible, elles font partie intégrante de la culture de l'immédiateté.

Or, en s'adaptant à ces nouvelles structures temporelles, les « *promos* » font paradoxalement l'éloge de la lenteur. Cela se manifeste explicitement dans le recours à des techniques cinématographiques comme le *slow motion* ou l'arrêt sur image. Les techniques du ralenti ont une conséquence importante sur l'image puisqu'elles augmentent artificiellement le temps de la réflexion et permettent d'avoir un certain contrôle sur l'accélééré.

À titre d'exemple, dans la série *l'Égypte, triomphe du peuple*, la vidéo promotionnelle (3) de la playlist s'ouvre sur un survol des moments décisifs qui ont marqué la révolution égyptienne. La succession d'images opère un déplacement perpétuel des temporalités instantanées et irréductibles. Chaque image constitue une unité minimale et autonome, mais qui établit des relations intégratives et causales avec l'image précédente et suivante. Ainsi, l'arrêt sur image a une fonction opératoire, cette technique semble mettre une pause dans le défilement ininterrompu des événements.

S'ajoute à cela une fonction économique, fixer métaphoriquement le mouvement dans la société de l'urgence permet de saisir et de lire la prolifération textuelle qui semble constituer une fin en soi. « *L'urgence est sans doute la forme du temps à travers laquelle on peut le mieux observer la condition vécue de l'homme-présent. Car c'est dans l'urgence qu'il tend de plus en plus à se penser, à intervenir, à délibérer et à se mouvoir.*<sup>149</sup> »



<sup>148</sup> Zaki LAÏDI, *Le sacre du présent*, Paris, Champs-Flammarion, 2000, p. 156.

<sup>149</sup> Zaki LAÏDI, *ibid*, p. 215.





Fig. 13 : extraits de la « promo » (3) de la playlist,  
série *L'Égypte, triomphe du peuple*

Isoler un ensemble de fragments n'est pas seulement un moyen de rendre l'image intelligible, c'est aussi un moyen d'arrêter métaphoriquement la course du temps et d'imposer un retour réflexif sur l'expérience présentée. À l'instar des publicités, les « promos » jouent sur la puissance de l'imprévisible. En examinant la durée de chaque « promo », nous avons remarqué qu'elle est assez variable même si elle reste relativement courte.

Ensuite, en suivant le rythme de passage des « promos » à l'antenne, nous avons constaté qu'il est assez changeant et imprédictible. Ces deux constats nous ramènent à considérer la « promo » comme un objet insaisissable qui surprend constamment le téléspectateur. Cela augmente certainement sa valeur symbolique et en fait un objet de désir. Bien évidemment, le désir n'est pas à prendre ici dans son sens sensuel, mais dans un sens plus large où il représente une force qui mène à l'action.

Ali Achouri s'approprie les « promos » télévisuelle d'*Al Jazeera* et en les intégrant à sa chaîne *Youtube*, il les transforme en « promo » numérique. Philippe Marion explique : « *Toute forme de représentation implique une négociation avec la force d'inertie propre au système d'expression choisi.* <sup>150</sup> » Ainsi, la circulation numérique des « promos » est précédée par un double jeu de négociation à la fois avec le format et le contenu. Cela donne la possibilité de tester l'élasticité de ces objets et d'examiner leur capacité à s'étendre dans plusieurs médias. Puisque la difficulté de saisir les « promos » rend le processus de négociation assez contraignant, une fois saisie, la lecture interprétative contribue à établir une complicité et une connivence avec ces objets, que ce soit de façon consciente ou inconsciente.

<sup>150</sup> Philippe Marion, « Narratologie médiatique et médiagénie des récits », *op. cit.*, n° 7, 1997, p. 86.

## 2. La « promo » sur *YouTube* vs la « promo » sur *Al Jazeera* : une temporalité *homochrone* vs une temporalité *hétérochrone*

Les « *promos* » sont des objets télévisuels qui s'inscrivent dans un contexte *homochrone*,<sup>151</sup> c'est-à-dire que le téléspectateur reste téléspectateur, observant la séquence animée durant un temps programmé à l'avance par la chaîne de diffusion, un temps de consommation qu'il ne maîtrise pas. Cela fait que le téléspectateur se trouve davantage devant une œuvre qui lui échappe constamment. Face à l'*homochronie* qui dérange, le téléspectateur se trouve saisi par un sentiment d'urgence qui le presse à remplacer l'expérience télévisuelle par une expérience virtuelle. Le changement du dispositif va impacter sur le temps de la réception et placera le webspectateur dans un contexte *hétérochrone*, comme le dit Philippe Marion.

Prendre le temps d'embrasser la totalité d'une œuvre avant d'émettre un jugement, tel est l'avantage de posséder sa propre playlist. La playlist donne un contrôle sur le temps de la consommation. Elle suggère un temps de lecture reconditionnée uniquement par l'aspect technique duquel elle dépend.

En règle générale, fixer à l'avance le temps de la réception amène à fidéliser le spectateur télévisuel. Or, ici c'est l'inverse, l'éclatement temporel en est responsable car c'est l'imprévisible qui déclenche une accroche. Cette accroche se transforme en quête, saisir le moment du passage des « *promos* » à l'antenne est en soi un plaisir qui engage le spectateur. C'est comme si le passage de ces objets à l'antenne était une réponse gratifiante à son attente.

Si l'*homochronie* participe à la circulation des « *promos* », le temps court est en soi un enjeu de circulation. En effet, la durée courte opère forcément une compression de l'espace de la représentation et participe certainement à son morcèlement. Dans son étude critique du temps,

---

<sup>151</sup> Philippe Marion distingue deux régimes de temps dans les œuvres médiatiques par les termes *hétérochronie* et *homochronie* : « Dans un contexte *hétérochrone*, le temps de réception n'est pas programmé par le média, il ne fait pas partie de sa stratégie énonciative. Le livre, la presse écrite, l'affiche publicitaire, la photographie, la bande dessinée : autant de lieux d'*hétérochronie*. C'est dire que le temps de consommation du message n'est pas médiatiquement intégré, il ne fait pas partie du temps d'émission. [...] Un média *homochrone* se caractérise par le fait qu'il incorpore le temps de la réception dans l'énonciation de ses messages. Ces derniers sont conçus pour être consommés dans une durée intrinsèquement programmée. [...] Le spectacle cinématographique, les émissions de télévision ou de radio, sont prévus pour une adéquation énonciative de la durée. » Philippe MARION, « Narratologie médiatique et médiagénie des récits », *Ibid*, pp. 82-83.

Hertmut Rosa explique que les transformations du « *régime spatiotemporel* » d'une société partent toujours d'une transformation des structures temporelles et non d'une transformation de l'espace.<sup>152</sup>

De même, pour David Harvey, la culture de la modernité toute entière ne peut être comprise que comme une réaction à ces expériences nouvelles ressenties comme une crise de l'espace et du temps, le résultat d'une « *compression de temps-espace* » et comme la conséquence de l'accélération du rythme de vie et de l'annihilation de l'espace par le temps.<sup>153</sup> À partir de ce raisonnement, nous suggérons que la réduction spatiotemporelle des « *promos* » ait pour raison l'augmentation des flux informationnels pendant une crise donnée. À titre d'exemple, la révolution égyptienne de 2011 a changé radicalement les pratiques et les habitudes des téléspectateurs. Dans la « *promo* » (45) de la série *L'Égypte, la révolution*, on voit une télévision allumée dans une salle vide sans téléspectateurs.

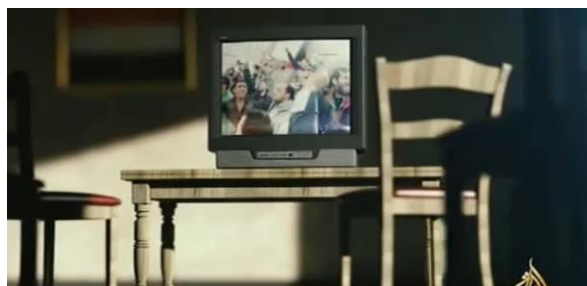


Fig.14 : extrait de la « *promo* » (45) de la playlist, série *L'Égypte, la révolution*

Ces derniers ont quitté leur statut de téléspectateur pour devenir des acteurs-télé. Le changement des pratiques culturelles implique un déplacement spatial. Ayant quitté l'espace privé pour rejoindre la *Place*<sup>154</sup> publique, les téléspectateurs sont devenus les acteurs de l'histoire. Ce changement spatial est accompagné également d'un changement du regard car le regardant est désormais regardé. Quant aux chaises vides dispersées à droite et à gauche, elles accentuent le sentiment de l'absurde et symbolisent l'intrusion de l'irrationnel dans le réel.

---

<sup>152</sup> Hartmut ROSA, *Accélération : une critique sociale du temps*, (traduit de l'allemand par Didier Renault), Collection : Théorie critique La Découverte, Paris, 2010, p. 51

<sup>153</sup> David HARVEY, *The Condition of Postmodernity*, Oxford, Blackwell, 1990, p. 240.

<sup>154</sup> Pendant la révolution égyptienne en 2011, la Place Tahrir est devenue le symbole de la révolte.

### 3. Récits rétroactifs et pouvoir du chiffre

La playlist que le blogueur a constituée est née du double paradoxe de la déconstruction et de la reconstruction. Les deux aspects sont indissociables, puisque c'est de la fracture que naît le désir de recoller les morceaux. Ainsi, l'objet restitué portera toujours les traces fragmentaires qui lui sont associées. Les « *promos* » rassemblées et qui se complètent à l'évidence tant par leurs formes que par leurs contenus ne racontent que des réalités fragmentées. Il ne s'agit pas de récits linéaires, mais plutôt de fragments disloqués qui racontent le présent sous un mode rétroactif.

La réorganisation des vidéos en série et en épisodes est la preuve de cette volonté chez le blogueur d'établir des liens entre les différentes vidéos. Si nous observons l'épisode (2) de la série *L'Égypte... le triomphe du peuple*, nous constaterons qu'il s'agit de la suite logique de l'épisode (1). La « *promo* » s'ouvre sur un plan d'ensemble qui montre la foule toujours rassemblée à la place Tahrir et qui célèbre l'arrivée d'un jour très attendu. Cependant, l'épisode (3) opère un basculement narratif, à l'inverse des deux « *promos* » précédentes, celle-ci est composée d'une succession d'arrêts sur image. Ces images reprennent l'ensemble du parcours de la révolution et produisent, à l'inverse des deux « *promos* » précédentes, un effet de distanciation.



Fig. 15 : (Plans 1, 2, 3) extraits de la « *promo* » (2)  
de la série *L'Égypte... triomphe du peuple*

Les figements de l'image renvoient à trois niveaux de significations différentes. À un premier niveau, l'arrêt sur image est clairement un rappel de l'origine de la révolution, à savoir des manifestations massives et pacifiques. À un second niveau, l'immobilité décrit la violence des affrontements entre manifestants et force de l'ordre. À un troisième niveau, l'arrêt sur image évoque l'entrée des militaires en chars. L'actualisation des moments clés qui ont marqué la révolution égyptienne et la condensation de ces trois niveaux temporels qui se superposent suggèrent que le passé et le présent du récit forment une unité complexe.

La succession des images qui s'éloignent et s'éclipsent est rythmée par une bande-son répétitive et discontinue. La « *promo* » avance par une dislocation temporelle, visuelle et sonore. Puis, en s'approchant de la fin, le rythme sonore change, s'aggrave et s'accélère produisant un amalgame visuel entre les trois niveaux déjà évoqués. Cette fois, les images sont centrées et figées (plan 4, 5, 6).

Ce changement rythmique s'explique par la présence d'un quatrième niveau : le figement sur le logo d'*Al Jazeera* qui symbolise ici un arrêt sur un futur incertain. Cette réalité est la seule qui reste, qui demeure, elle n'a pas un caractère éphémère comme c'était le cas pour les trois niveaux précédents. Paradoxalement, l'incertitude du futur est la seule vraie certitude.



Fig. 16: (Plans 4, 5, 6) extraits de la « *promo* » (3)  
de la série *L'Égypte... triomphe du peuple*

Certes, le blogueur n'a rien changé dans le contenu des vidéos. Mais, la redistribution de celles-ci en série a fait des épisodes internes une partie intégrante de la même série. La réappropriation des vidéos revient a priori au pouvoir des chiffres. Selon Alain Desrosière, spécialiste de l'histoire des statistiques, la quantification « *ne fournit pas seulement un reflet du monde, mais elle le transforme, en le reconfigurant autrement.* <sup>155</sup> »

Pour Bertrand Fauré, le recours aux chiffres s'inscrit dans un acte de langage. Le chiffre donne de l'importance à l'énoncé associé. « *En tant qu'acte de langage, leur visée performative est de*

---

<sup>155</sup> Akain DESROSIÈRES, *l'argument statistique*, t. I, *Pour une sociologie historique de la quantification*, t. II, *Gouverner par les nombres*, Paris, Presses de l'École des mines, 2008, p. 11

*déclarer que ce qui est compté compte... et doit être compté.*<sup>156</sup>» Les chiffres n'inventent rien mais ils rendent visible, car ils catégorisent. La valeur que nous accordons aux chiffres, leur donne le pouvoir d'orienter notre raisonnement, de modifier notre comportement, de guider notre sentiment. D'ailleurs, le chiffre simplifie et réduit la complexité. En même temps, il contribue à donner une « *bonne figure* » à ceux qui ont recours à eux. Le prestige accordé aux chiffres donne du locuteur l'image de la rigueur, du sérieux, de la maîtrise de soi et du monde. Faire usage de nombres met le locuteur du côté des puissants, de ceux qui savent et qui peuvent.

#### 4. Héros mythiques

Les « *promos* » mettent en scène deux événements à temporalités différentes. Le premier événement, à savoir la guerre israélienne sur la bande de Gaza, s'inscrit dans le cadre du conflit israélo-palestinien, un conflit qui dure depuis plus de soixante ans et qui jusqu'aujourd'hui demeure non résolu. Le deuxième sujet des « *promos* » traite la question du « *Printemps arabe* » qui correspond à un moment de fracture et d'éclatement dans les sociétés arabes donnant naissance à des mouvements de révolte. Dans le mot « *printemps* », on sous-entend une période transitoire à durée courte. Cette articulation entre deux événements dont l'un est à temporalité longue et l'autre à temporalité courte nous semble importante pour comprendre la circulation des « *promos* » et des mythes qu'elles co-crément avec le public.

La représentation du conflit israélo-palestinien est essentiellement conditionnée par le traitement médiatique qui lui est accordé. C'est plus précisément par une certaine lecture médiatique qui a longuement accompagné les années d'affrontement et de violence dans la région que les imaginaires collectifs autour de cette question ont pris leur forme actuelle. Ainsi, notre perception du conflit dépend en grande partie de l'interprétation qui est faite par les médias.

Dans notre étude, nous nous consacrons à l'analyse des représentations autour de deux figures : le palestinien et le manifestant pacifique pour expliquer l'ampleur de la création d'une représentation mythique dans la circulation des « *promos* ». Afin d'expliquer la nécessité du mythe, le sociologue Roger Bastide note que « *la plupart des ethnologues sont d'accord pour considérer les mythes comme des réponses à des phénomènes de déséquilibre sociaux, à des tensions à l'intérieur des*

---

<sup>156</sup>Bertrand FAURÉ, *Le langage des chiffres dans les processus d'organisation : communications organisationnelles et performativité*, Habilitation à Diriger des Recherches en Sciences de l'information et de la communication, Université Rennes 2, 2013, p. 16

*structures sociales, comme des écrans sur lesquels le groupe projette ses angoisses collectives, ses équilibres de l'être.*<sup>157</sup> » La circulation d'un mythe est « *une réponse à une crise identitaire créée par la désagrégation des mécanismes de solidarité qui ordonne la vie collective.*<sup>158</sup> »

Le mythe politique s'impose avec le plus d'intensité et exerce sa plus grande influence sur celui qui se considère comme antihéros, c'est-à-dire quelqu'un qui n'a aucune des caractéristiques du héros conventionnel. Aujourd'hui, le monde arabe est vu comme l'« *Homme malade de la modernité* » : « *L'âme arabe est brisée par la pauvreté, le chômage et le recul des indices de développement*<sup>159</sup> ». Dans le monde arabe, le mythe du héros remplit une fonction cathartique qui fait appel à une *restructuration sociale*<sup>160</sup> dans le sens où grâce à ce mythe, la société retrouve une certaine paix éphémère. La circulation des « *promos* » qui représente le palestinien comme « *héros* » est à lire comme un geste symbolique, comme une reconquête d'une identité en crise qui trouve dans cette figure un objectif et un sens à la lutte sociale. Le déploiement des « *promos* » sur les réseaux sociaux revient donc au pouvoir d'identification qu'elles créent à partir de la mise en scène d'une figure héroïque qui fait presque l'unanimité dans le monde arabe.

Si nous acceptons de lire la circulation des « *promos* » sur la Palestine comme un geste initiateur d'une quête identitaire, la circulation des « *promos* » du « *Printemps arabe* » s'avère comme la continuité de cette quête. Il s'agit de la suite de l'histoire, où cette fois la recherche de la démocratie et de la justice sociale est devenue une affaire de société. Ceci est à considérer comme la deuxième représentation véhiculée par les médias arabes à partir des mouvements massifs de révoltes qui ont gagné peu à peu le monde arabe en 2011.

Dire une révolution, c'est réactualiser l'espoir dans l'humanité et dans sa capacité de remplacer la dictature par la démocratie. Le fait d'assimiler les vagues de contestation et de manifestation de 2011 à une révolution est fondé sur la création d'une représentation politique des événements. Cette représentation se crée par la formation d'un mythe autour de la figure du manifestant pacifique. Celui-ci est un héros qui fait face aux violences par la non-violence et qui reste fort et ferme dans sa lutte pacifique pour la démocratie.

---

<sup>157</sup> Roger BASTIDE, *Le Rêve, la Transe et la Folie*, Paris, Flammarion, 1952, p. 8.

<sup>158</sup> *Ibid*

<sup>159</sup> Extrait d'un discours d'Amr Moussa, secrétaire général de la Ligue arabe, lors du sommet économique tenu par celle-ci au mois de janvier 2011.

<sup>160</sup> Raol GIRARDET, *Mythes et mythologies politiques*, Paris, Edition du Seuil, 1986, p. 178.

Ce mythe est à voir comme une économie discursive simplifiée la complexité des actes humains, « *il les purifie, les innocente, les fonde en nature et en éternité, il leur donne une clarté qui n'est pas celle de l'explication, mais celle du constat*<sup>161</sup> ». De ce fait, la circulation des « *promos* » participe à la concrétisation de ce mythe. En l'occurrence, en diffusant ces mini vidéos qui montrent l'attitude pacifique des insurgés face à la violence des forces de l'ordre, *Al Jazeera* rend légitimes les revendications des manifestants et sacralise leur lutte.

Bien que chaque mythe a sa temporalité propre, les deux mythes ont une temporalité commune, celle qui enferme le « *héros mythique* » dans son rôle du héros ou de sauveur. Afin d'expliquer les aspirations humaines, le mythe inscrit le héros dans une temporalité singulière. Celle qui permet, à travers ce personnage, de transcender la nature humaine et de prédire l'avenir. Cette temporalité mythique apparaît comme une mémoire collective qui se réactualise au moment des crises. Chaque nouvelle expérience temporelle fait appel à une temporalité mythique qui se reproduit dans des récits autour des figures héroïques. Cette temporalité remplit un rôle cognitif puisqu'elle permet de revisiter ce temps antérieur pour créer une vision globale et structurée du présent, une vision qui permet de se projeter dans l'avenir.

## 5. La construction d'une communauté d'intérêt autour de sa chaîne *YouTube*

Dans ce sous-chapitre il s'agit de voir ce que le dispositif *YouTube*, avec les panoplies des réseaux sociaux qu'il offre, peut ouvrir comme espace légitime de participation. Dans quelle mesure offre-t-il une nouvelle forme d'activisme ? Dans un ouvrage collectif intitulé *Le cyberactivisme au Maghreb et dans le monde arabe* sous la direction de Sihem Najjar,<sup>162</sup> les auteurs relèvent quelques caractéristiques liées à l'émergence d'une cyberactivisme dans le monde arabe. Nous en relevons quelques-unes qui contribuent à transformer la plateforme *YouTube* en espace d'activisme numérique.

Mais avant, il faut rappeler que l'intérêt de l'activisme virtuel à distance réside en général dans sa capacité à mobiliser des groupes de pressions transnationaux et décentralisés, il permet aux acteurs sociaux de jouir d'une grande marge de manœuvre et surtout d'échapper au contrôle auquel ils

---

<sup>161</sup> Roland BARTHES, *Mythologies, op, cit.*, p. 202.

<sup>162</sup> Sihem NAJAR. (dir.), *Le cyberactivisme au Maghreb et dans le monde arabe*, IRMC-Karthala, Paris, 2013.



sont habituellement exposés. La toile permet aux revendications sociales d'être exprimées à travers des supports aussi divers que les séquences vidéos, les musiques, les commentaires et les messages échangés sur la plateforme numérique.

Ces différentes formes d'expression permettent à priori de contourner les stratégies de la censure. D'ailleurs, les mouvements sociaux en ligne permettent aux cyberactivistes de dépasser les frontières matérielles locales et de toucher un public international. Selon Dominique Cardon, l'usage de *YouTube* se fait dans un « *souhait [...] de parvenir à élargir le réseau relationnel des proches vers un univers plus ouvert. [Un] rôle [est] joué [...] par le partage de contenus numériques [dans un cadre d'une] visibilité des personnes et [de] leurs œuvres. [Cela] signe la rencontre du web social et des dynamiques d'autoproduction.* <sup>163</sup> »

C'est ainsi que ces mouvements sociaux contribuent au renforcement d'une certaine « *démocratie participative* » où chaque citoyen connecté a la possibilité d'agir et d'interagir sur ce nouvel espace public qu'offre la toile numérique. Le résultat serait un travail commun qui tire sa légitimité et sa force de la multiplication des auteurs responsables de la production. Pierre Bourdieu nous rappelle que « *le pouvoir des mots réside dans le fait qu'ils ne sont pas prononcés à titre personnel par celui qui n'en est que le « porteur » : le porte-parole autorisé ne peut agir par les mots sur d'autres agents et, par l'intermédiaire de leur travail, sur les choses mêmes, que parce que sa parole concentre le capital symbolique accumulé par le groupe qu'il l'a mandaté et dont il est le fondé de pouvoir.* <sup>164</sup> »

Parler de cyberactivisme après 2011 est difficilement concevable en dehors de ce qui s'est passé en Tunisie en janvier de la même année et ailleurs par la suite. C'est la raison pour laquelle nous avons choisi d'analyser les réactions des internautes sur une vidéo promotionnelle consacrée à la révolution tunisienne.

---

<sup>163</sup> Dominique CARDON, « Le design de la visibilité. Un essai de cartographie du web 2.0 », *Réseaux*, vol. 26, n° 152, 2008, p. 113.

<sup>164</sup> Pierre BOURDIEU, « Le langage autorisé. Note sur les conditions sociales de l'efficacité du discours rituel », *Actes de la recherche en science sociale*, 1975, vol. I, n° 5-6, p. 185.



Fig. 17 : Observations enregistrées le 01/12/2015

Mes axes d'observation principaux portent sur les usages langagiers : à savoir comment écrivent les utilisateurs de *YouTube*. Notre objectif ici vise à décrire les pratiques d'écriture sur *YouTube* afin de montrer les rapports de continuité entre les commentaires. Je montrerai plus précisément comment le cyberspace dédié aux commentaires sur *YouTube* permet à des acteurs sociaux d'aller au-delà de l'espace habituel d'expression et d'interaction pour investir un nouvel espace-temps citoyen, plus encore comment le cyberspace dédié aux commentaires *YouTube* se transforme en espace de débat numérique.

D'abord, il nous faudrait préciser que les utilisateurs utilisent l'espace commentaire *YouTube* à des fins non explicitement militantes. Ce sont des gens qui ne font appartenance à aucun parti politique ni à aucune association. Quelles sont les modalités d'interaction que permet l'espace commentaire du dispositif *YouTube* ? Puisque l'espace des commentaires *YouTube* concerne des vidéos, trois rubriques sont à exploiter : « j'aime », « commenter » et « partager ».

Plus les vues sont importantes, plus les interactions le sont aussi. Ce constat nous a amené à analyser les interactions concernant la « promo » (33) de la playlist, mise en ligne le 2 février 2011 et intitulée « promo *Al Jazeera*, Ben Ali s'est enfui ».

Intitulé de la « promo »	Date de sa mise en ligne	Vues	J'aime	Je n'aime pas	Commentaires
Promo <i>Al Jazeera</i> , Ben Ali s'est enfui	2 février 2011	209029	767	13	150

Fig. 18 : tableau explicatif des interactions autour de « promo *Al Jazeera*, Ben Ali s'est enfui »

Dans la rubrique « *Top des commentaires* », nous avons constaté que le commentaire le plus récent avait été posté il y a deux semaines (observations faites le 01/12/2015). Par rapport à la date de mise en ligne de la « promo », il est clair que celle-ci continue à générer des interactions sur *YouTube*, ce qui signifie également qu'elle continue à gagner en vues et en « *j'aime/ je n'aime pas* ».

En balayant vaguement les commentaires, on distingue trois catégories d'interaction : une interaction directe avec la vidéo, une interaction indirecte avec la vidéo et une interaction avec un autre commentaire. Ce qui n'empêche pas d'autres utilisateurs d'utiliser cet espace pour partager des informations personnelles ou des anecdotes. Les éléments hétéroclites participent à faire de *YouTube* un espace d'exposition de soi et de partage varié et hétérogène, mais en règle générale les contenus dans cet espace ne s'écartent pas de l'atmosphère décrite plus haut au sujet des trois catégories citées.

Ce contexte pose d'emblée le climat général de cet espace au sein duquel se déploient les pratiques d'écriture. Quant à la façon dont les acteurs ont choisi de mettre les mots, elle est tout à fait intéressante dans la mesure où elle permet de confirmer la diversité des acteurs. On trouve des commentaires en Français « *vive nos frères!! vive le peuple tunisien* », en anglais « *this video is so touching* » (Cette vidéo est touchante), en arabe littéraire « *إذا الشعب يوما أراد الحياة* » (Si le peuple un jour aspire à vivre) ou en dialecte tunisien « *أمسكوا في إيد بعض وحافظوا على ثورتكم يا توانسة* » (Ô les tunisiens, restez solidaires et préservez votre révolution).





et même prendre des libertés dans les graphies dédiées à chaque langue, tout ceci est devenu possible grâce à l'espace des commentaires sur *YouTube*.

Notre objectif ici n'est pas de dire que la circulation des « *promos* » d'*Al Jazeera* a ouvert un espace légitime de débat ou de participation, mais de montrer que la circulation de ces vidéos a donné lieu à un espace de rencontre où l'utilisateur s'exprime librement à sa façon. Cette diversification des formats d'écriture n'est qu'une manifestation de cette individualisation dans le rapport à l'expression que chaque utilisateur revendique. Comme l'explique Dominique Cardon, ces usagers sont inscrits dans une « *dynamique expressiviste [qui] renvoie [...] à un ensemble de pratiques hétérogènes : la participation aux débats publics, [...] la recherche de signes de distinction [ou] la quête de réputation.*<sup>167</sup> »

L'utilisateur sur *YouTube* s'exprime pour proposer son point de vue dans un système relationnel comprenant des usagers intéressés par la thématique. L'objectif n'est pas obligatoirement narcissique. À travers les commentaires, l'utilisateur se dévoile un peu et expose ses idées, sa personnalité et acquiert la reconnaissance des membres du réseau qui réagissent avec lui. Comme le souligne Cardon, « *l'exposition de soi apparaît alors comme une ressource permettant de signaler une certaine forme d'aisance sociale, une attitude « cool », transparente et ouverte et une capacité à jouer avec les codes.*<sup>168</sup>

## **B. La « promo » : un objet scripto-audio-visuel *transmédiagénique***

Philippe Marion nous apprend que les objets médiatiques ont « *une propension au glissement intergénérique, ils se propagent aisément de la presse écrite au cinéma, de la radio à la télévision, du journalisme à la publicité, du reportage au feuilleton...*<sup>169</sup> » Le phénomène de déploiement et de circulation des objets médiatiques est désigné par le terme *transmédiagénie*. Ce phénomène carrefour permet aux objets circulants de se métamorphoser en changeant le support d'accueil. La *transmédiagénie* est donc la capacité des objets médiatiques de s'émanciper de leur support

---

<sup>167</sup> Dominique CARDON, « Le design de la visibilité. Un essai de cartographie du web 2.0 », *op. cit.*, pp. 99-100.

<sup>168</sup> *Ibid.* p. 118.

<sup>169</sup> Philippe MARION, « Narratologie médiatique et médiagénie des récits », *Recherches en communication*, N° 7, 1997, pp. 61-87.

d'origine pour s'insérer dans un nouveau support d'accueil. À partir de cette définition de la *transmédiagenie*, on peut se demander : En quoi une « *promo* » est un objet *transmédiagénique* ? Quelles sont les caractéristiques fonctionnelles qui la mènent sur le chemin de l'errance numérique ?

Aujourd'hui, le fragment est devenu un art de notre siècle que les bouleversements technologiques ne cessent de confirmer. Conscients de l'accélération de l'évolution technique, les médias s'y adaptent et y font face. Dans son étude portant sur les chaînes d'information en continu, Andréa Semprini confirme que « *l'information doit être la plus homogène possible pour pouvoir être consultée par le public à tout moment. Cette uniformité est introduite par des boucles d'un laps de temps donné. Chacune des boucles doit contenir le maximum d'informations.* <sup>170</sup> »

Ceci oblige à la fragmentation, à la condensation et à la recherche de la rapidité dans le traitement de l'information mais aussi dans sa sélection et sa diffusion. « *C'est un espace de course contre la montre où ce qui compte le plus n'est pas l'information mais le fait de l'avoir diffusée avant les autres médias* <sup>171</sup> ». Ce caractère fragmentaire et périssable de l'information dépend dans une large mesure des structures temporelles de la société soumise à l'accélération technologique et sociale. Il en sort que la crise du temps remet en question les formes et les possibilités de représenter le monde.

Depuis la destruction du fantasme de la « *guerre médiatisée* <sup>172</sup> » en direct et en continu promu par *CNN* à l'aune de la première guerre du Golfe, il est devenu clair que couvrir tous les événements est une mission impossible explique Andréa Semprini. De plus, dans un contexte de travail où la productivité est soumise à une concurrence économique de plus en plus grandissante, il est incontournable de penser de nouvelles manières d'agir, de nouvelles stratégies de communication.

On le voit, « *l'économie de l'information* » ne s'impose pas d'elle-même, elle s'inscrit dans une démarche d'adaptation continue à l'évolution des réalités liées au métier de journalisme. À l'heure de la simultanéité, l'information est vue comme éphémère, parce que la consommation de l'information entraîne rapidement sa destruction. Même si au moment de sa diffusion, l'information avait une valeur énorme, si aucun effort n'est fait pour la conserver, elle disparaît et est vite oubliée. Que s'est-il passé entre temps ? Dans sa théorie de l'information, Didier

---

<sup>170</sup> Andréa SEMPRINI, *CNN et la mondialisation de l'imaginaire*, CNRS Communication, Paris, 2000, p. 63.

<sup>171</sup> *Ibid.*

<sup>172</sup> *Ibid.*

Frochot explique : « *L'information est tombée dans le domaine public. Elle a été largement diffusée. Tout le monde en dispose : elle perd sa valeur stratégique donc sa valeur économique ; on sait qu'en économie la valeur d'un bien se mesure notamment à sa rareté*<sup>173</sup> ».

Aujourd'hui, la guerre des fragments d'informations est devenue une guerre des fragments d'images car ces dernières jouent un rôle important dans l'« *économie de l'information* ». Cependant, si le direct représente un idéal technique pour le journalisme, il a rendu l'information plus éphémère que jamais, et ce caractère périssable a obligé les chefs d'éditions à mettre en place un système d'optimisation de l'information par le biais de l'image.

Cependant, toutes ne peuvent pas être sauvées de l'oubli, le journaliste doit choisir de donner existence aux images les plus parlantes. Ainsi, les bouts d'images, qui donnent une représentation fragmentée et subjective de la vérité, ne médiatisent concrètement que les limites de ce système médiatique, elles ne communiquent que l'impossibilité de fournir une couverture médiatique non fragmentée.

Un conflit est une instance de rupture dans le système médiatique confronté à une expérience majeure de la modernité, celle de l'accélération. Au lendemain de la guerre de Gaza en 2009, un nouveau modèle médiatique adapté aux nouvelles structures temporelles a vu le jour sur la chaîne *Al Jazeera*. Cet objet événementiel a été réactualisé une deuxième fois suite au déclenchement du « *printemps arabe* » en 2011. Curieusement, le mot « printemps » fait référence à un changement du climat et du temps, à l'arrivée d'un temps nouveau et différent. Ainsi, ce nouveau modèle qui décrit une situation conflictuelle en pleine accélération ne peut être envisagé en dehors de son rapport avec le temps. Reconstruire l'événement sous l'angle du temps va certainement redéfinir son rapport avec l'espace représenté.

## I. La « promo » : un petit format conçu pour la circulation numérique

Dans *Les formes brèves audiovisuelles. Des interludes aux productions web*, un ouvrage collectif réalisé sous la direction de Sylvie Périneau, les auteurs proposent une lecture sémiotique d'objets médiatiques de petite durée. Dominant le secteur audiovisuel, ces interludes minuscules incitent à

---

<sup>173</sup> Didier FROCHOT, « Aspect multiforme de l'information », in *Les infostratégies*, publié le 16 décembre 2003, in <http://www.les-infostrategies.com/article/031275/aspect-multiforme-de-l-information>.



définir une sorte d'intelligence des formats courts. En partant du principe que la forme conditionne le contenu, Sylvie Péryneau suggère que la forme brève audiovisuelle invite à la condensation sémantique, et en conséquence à l'hybridation sémiotique.

Cette faculté des mini-objets à accueillir et à homogénéiser autant de signes divers est à voir en termes d'intelligence industrielle. En balayant la diversité des productions audiovisuelles actuelles, il est difficile de se passer des interludes télévisuels qui se transforment de jour en jour en objets web. Les formats courts deviennent alors un terrain d'expérimentation qui ne cesse de retravailler l'objet. C'est en termes d'intelligence que s'expliquent les appropriations sérielles dont les formats courts font l'objet.

Pour justifier les mécanismes de partage de ces derniers et les logiques des acteurs, l'ouvrage mobilise un champ d'étude assez riche et diversifié qui fait dialoguer à la fois des objets cinématographiques, télévisuels et numériques. Ce choix hybride est à lire comme une tentative de découvrir et de définir des objets à la fois multiformes et complexes. Interrogeant la notion de « *forme brève audiovisuelle* », l'ouvrage questionne deux possibilités : la première, dite d'une détermination formelle, fait de la brièveté un moteur de l'activité herméneutique ; tandis que la seconde considère que l'évolution formelle vers la brièveté traduit une autre finalité, celle de la communication médiatique. Mais où se situent les vidéos promotionnelles d'*Al Jazeera* par rapport aux objets brièvement audiovisuels ?

### 1. La « promo » : une forme brève audiovisuelle ?

Pour Isabella Pizzini, professeur de Sémiotique à la Faculté de Sciences de la Communication de l'Université Sapienza de Rome, dès que l'on parle des effets de condensation, on pense souvent aux bandes annonces ou aux *trailers* : « *une sorte de traduction orientée du film chargé sémiotiquement dans le but de créer une accroche.* <sup>174</sup> »

Selon cette définition de la bande annonce ou du *trailer*, il n'est pas tout à fait impossible de ranger les vidéos promotionnelles d'*Al Jazeera* sous cette catégorie. À l'instar d'un *trailer*, elles ont un double objectif, à la fois synthétique et stratégique. D'un côté, elles résument une histoire en mettant en valeur certaines scènes cruciales. De l'autre, elles créent un effet de vouloir voir chez les spectateurs grâce aux effets spéciaux.

---

<sup>174</sup>Isabella PEZZINI, « Stratégies de la condensation dans les formes brèves », in Sylvie PERINEAU, dir., *Les formes brèves audiovisuelles. Des interludes aux productions web*, Paris, CNRS Éd., coll. CNRS Alpha, 2013, p. 29.

Il est également possible de considérer les vidéos d'*Al Jazeera* comme des « *programmes télévisuels courts* <sup>175</sup> ». Florence Rio explique que ce genre de programmes a une double fonction : d'une part, il représente une manne financière importante, notamment pour les chaînes de télévision publique, et d'autre part il remplit l'espace télévisuel entre deux programmes. Ces deux constats nous poussent à réfléchir sur les spécificités génériques, rhétoriques et communicationnelles de ces programmes courts afin d'établir un rapprochement avec nos vidéos.

Selon Florence Rio, en fonction de leur finalité, les programmes courts sont soit temporaires, à l'instar des programmes courts liés aux événements culturels ou sportifs, soit ils sont presque éternels comme c'est le cas des recettes consacrées à la météo. Dans tous les cas, leur présence hors des publicités ordinaires valorise la marque et lui donne plus de crédibilité. D'ailleurs, les programmes courts sont avantageux en termes de qualité/prix, car avec un coût de production très faible il est possible d'offrir aux spectateurs des émissions culturelles assez originales.

Les vidéos d'*Al Jazeera* se rapprochent beaucoup de cette définition du programme télévisuel court. Puisque la brièveté de ces vidéos s'inscrit également dans la logique de la communication médiatique, il est possible de les considérer comme un dispositif télévisuel soumis à l'intentionnalité et aux contraintes communicatives de la chaîne.

Bande annonce ou programmes courts ou les deux... En tout cas, les vidéos d'*Al Jazeera* sont une forme audiovisuelle brève. Selon Sylvie Périneau, cette dernière n'est pas un modèle réduit d'un genre particulier, c'est un genre à part qui vise la concentration de l'information et la réactivité face à l'événement.<sup>176</sup>

## 2. La « promo » : un genre télévisuel ?

Si nous retiendrons le terme « *promos* » pour faire référence aux séquences d'*Al Jazeera*, ce n'est pas parce que l'usage fait loi, mais parce que leur format s'approche énormément d'une vidéo promotionnelle d'un film avec des effets spéciaux qui créent un suspens. Selon Philippe Marion,

---

<sup>175</sup> Florence RIO, « Du programme court télévisuel à la mini-série web », in Sylvie PERINEAU, dir., *Les formes brèves audiovisuelles. Des interludes aux productions web*, Paris, CNRS Éd., coll. CNRS Alpha, 2013, p. 47.

<sup>176</sup> Sylvie PERINEAU, dir., *Les formes brèves audiovisuelles. Des interludes aux productions web*, Paris, CNRS Éd., coll. CNRS Alpha, 2013, p. 63.

« chaque projet narratif peut être considéré dans sa médiagenie. Les récits les plus médiagéniques semblent en effet avoir la possibilité de se réaliser de manière optimale en choisissant le partenaire médiatique qui leur convient le mieux et en négociant intensément leur "mise en intrigue" avec tous les dispositifs internes à ce média. <sup>177</sup> »

Les « *promos* », par leur durée courte, posent concomitamment la question de l'organisation formelle. La forme est intrinsèquement liée au contenu, elle est le lieu où s'organisent et où s'harmonisent des relations entre un texte et son organisation structurale. Cela nous amène à nous interroger sur les interactions dynamiques entre la matérialité des « *promos* » et leur composition éditoriale. En examinant les possibilités formelles, on a constaté que la forme des clips d'*Al Jazeera* était dépendante des conditions liées à leur élaboration comme à leur réception.

D'un point de vue structurel, la forme des « *promos* » est à considérer comme le résultat d'une construction à plusieurs niveaux. Une « *promo* » est constituée de la superposition de plusieurs plans : image, son, texte. Cette construction à plusieurs couches participe à l'économie de l'espace et réduit de ce fait les coûts liés à la réalisation de l'objet.

De ce fait, les « *promos* » sont une construction intelligible qui enferme un système de composition dense dans un petit espace. Ce cadre esthétique est un enjeu de mobilité, car elle rend l'objet aisément manipulable et favorise son glissement dans un dispositif numérique d'hébergement de vidéos tel que *YouTube*.

Les « *promos* » sont des objets événementiels conçus pour documenter une réalité imprévisible. Elles sont constamment menacées d'oubli, elles ont un caractère éphémère, leur apparition fugace est menacée de s'évanouir à tout moment. Elles peuvent disparaître aussi vite qu'elles sont apparues. Ainsi, la création d'une forme non verrouillée qui favorise la mobilité de l'objet s'avère comme un mécanisme de défense. La logique sérielle enferme une force qui prolonge des instants volatils, les encadre, les mystifie, voire les crée, tant que cela est possible. La vanité de ces objets est donc responsable de leur migration numérique, mais aussi de tout le travail d'archivage dont ils font l'objet.

---

<sup>177</sup> Philippe MARION, "Narratologie médiatique et médiagenie des récits", *Recherches en communication*, N° 7, 1997, pp. 61-87.

Se pose alors la question de la légitimité de tels objets : méritent-ils de survivre au-delà de l'instant de leur apparition ou bien faut-il les laisser à leur propre destin ? De toute façon, l'organisation formelle des « *promos* » fait preuve d'une maîtrise de l'art du présent. Par conséquent, la migration numérique des vidéos d'*Al Jazeera* exprime deux réalités interdépendantes : d'abord, une prise de conscience de la nécessité de saisir le fugace, et ensuite la volonté de prolonger une fiction. Le format court des « *promos* » les inscrit dans une optique *transmédiagénique*, le format négocie une collaboration future avec l'écriture numérique pour permettre la survie et la pérennisation de ces séquences.

### 3. Réflexion sur la compression spatiale et temporelle

À l'instar d'un journal télévisé, les « *promos* » racontent l'actualité politique mais en petit format. Ce dernier répond à des contraintes d'ordre temporel et économique. D'abord, accompagner rapidement la transformation des pratiques de s'informer sur l'actualité politique oblige à adopter un format réduit, facile à composer et à utiliser. Ce format est à considérer comme une économie discursive autant pour la chaîne - qui suit la transformation sociale - que pour le spectateur responsable de cette transformation. Cette forme, porteur des contraintes de sa production introduisent en même temps un nouveau modèle médiatique à la télévision.

À priori, raccourcir libère la voix éditoriale des règles apprises à l'école. À l'opposé d'une page de journal télévisé, les « *promos* » font appel à un langage narratif pour raconter l'actualité politique. Ce langage sert non seulement à informer mais aussi à « *impulser l'imagination plus que la raison du lecteur qui se trouve paralysé, d'une certaine manière, dans l'exercice de son jugement critique.*<sup>178</sup> » La narrativité des « *promos* » joue un rôle didactique, elle produit un effet de réseaux. Au contraire d'un journal télévisé, ces petites séquences créent un pont entre des faits indépendants et établissent un lien de causalité entre eux.

Il est vrai que représenter l'actualité politique en petit format sert à entraîner le spectateur dans le jeu de la spectacularisation, mais il est aussi un moyen de se lever contre l'hyperfragmentation<sup>179</sup>

---

<sup>178</sup> Jean-Paul BERTAUD, « Histoire de la presse et Révolution ». in: *Annales historiques de la Révolution française*. N°285, 1991. p. 296.

<sup>179</sup> Voir Benoît. D'AIGUILLON, « TF1 20 heures intangible carrefour social ? TF1 8 pm intangible social crossroads ? », *International journal of information sciences for decision making*, n°2, p. 4, Centre de recherche rétrospective de Marseille, 1998.

du journal télévisé au profit d'une unité spatiotemporelle. Plus précisément, l'actualité politique en petit format permet de relier métaphoriquement des actualités divergentes et de leur donner paradoxalement une meilleure visibilité.

Si nous soulignons la richesse des « *promos* » en matière d'analyse sémiotique, nous signalons ici l'importance de repenser le discours du journal télévisé à la lumière des transformations spatiotemporelles. Dans *Histoire de la presse et Révolution*, Jean-Paul Bertaud s'interroge sur la *transmédiagenie* de la presse révolutionnaire du XVIII<sup>ème</sup> siècle qui s'accommode pour rendre compte d'un crescendo qui s'intensifie, se hausse, se cristallise de jour en jour entre la monarchie et le peuple : « *La presse décrit ou invente, ruine ou construit. Dans un chatolement de mots et de formules, elle dit la rumeur, elle rend l'émotion. Elle prévient contre le mandataire infidèle, elle crie la sédition. Traduisant les joies et les souffrances, les craintes et les espoirs, les amitiés et les haines, les journaux sont des instruments des luttes et des conquêtes politiques, des avancées ou des reculs sociaux*<sup>180</sup> ».

D'une manière analogique, nous nous interrogeons sur la corrélation entre la forme et le contenu des « *promos* », sur cette nouvelle expérience d'accélération, sur cette aventure spatio-temporelle qui raconte autrement la guerre de Gaza en 2009 et les révolutions arabes en 2011

Plus précisément, afin de traduire le dynamisme et la fragmentation de l'expérience du temps et de l'espace, il faut non seulement représenter la société comme étant en plein mouvement, mais il faut avant tout créer un langage formel qui incarne matériellement cette accélération. Puisque cette tendance d'accélération temporelle est accompagnée forcément d'une nette tendance de compression spatiale, le petit format qui en résulte va permettre la densification des épisodes de l'action.

Dans *Accélération : une critique sociale du temps*, Hartmut Rosa définit la *compression du présent* comme étant un raccourcissement temporel qui crée un sentiment d'instabilité et une attente latente.<sup>181</sup> Ce sentiment d'insécurité renvoie à l'instabilité des conditions sociales, ce qui impose une révision permanente des attentes, une réinterprétation des expériences. Les « *promos* » représentent un univers agité qui réactualise en permanence les attentes du spectateur non seulement à travers la densité du contenu proposé mais aussi par la création d'un sentiment d'urgence.

---

<sup>180</sup> Jean-Paul BERTAUD, « Histoire de la presse et Révolution », *op. cit.*, p. 296.

<sup>181</sup> Hartmut ROSA, *Accélération : une critique sociale du temps*, *op. cit.*, p. 175

Paul Virilio constate le lien étroit qui unit la vitesse au pouvoir, il montre que l'accélération est une forme de puissance qui permet de maîtriser l'espace de sorte que le pouvoir est toujours celui du plus rapide et du plus flexible qui dispose à sa guise de stratégies d'accélération et de décision.<sup>182</sup> Pour le téléspectateur, cela se traduit par sa capacité de s'affranchir des frontières spatiales et temporelles imposées sur l'objet regardé. Affirmer son pouvoir et imposer sa logique commence par la transformation des liens sociaux qui s'établit avec l'objet. C'est-à-dire, changer son propre statut par rapport à l'objet et passer d'un téléspectateur impuissant à un *webspectateur* tout puissant.

À partir de ce raisonnement, nous voyons notre blogueur collectionneur comme un agent décisif de la circulation des « *promos* » parce qu'il a réussi à remplacer le dispositif de la souveraineté télévisuelle par le dispositif de la participation numérique. Zygmunt Bauman fait de la circulation un enjeu de pouvoir :

*« Pour que le pouvoir puisse s'écouler librement, le monde doit se passer de clôtures et de barrières, de frontière fortifiées et de postes de contrôle. Tout réseau dense, serré, de liens sociaux, et en particulier un réseau enraciné territorialement constitue un obstacle qu'il faut supprimer. Les pouvoirs globaux ont une propension à démanteler des réseaux de ce genre en faveur du maintien et de l'augmentation de leur fluidité, ce principe qui est la source de leur force et le garant de leur invincibilité<sup>183</sup> ».*

La circulation des « *promos* » s'inscrit dans un projet d'« *empowerement* », à savoir, inventer des pratiques qui permet de dissoudre les liens avec un objet inscrit dans un espace-temps prédéfini et en créer d'autres situés au-delà de cette détermination spatio-temporelle. À partir de cette hypothèse, nous postulons que le déracinement des « *promos* » est à lire sur un plan global et en termes de prise de pouvoir de l'internaute sur l'objet télévisuel.

À partir de ces constats, nous voyons aussi les « *promos* » comme un discours critique sur le journal télévisé. Les « *promos* » et le journal télévisé appartiennent à la même sphère culturelle. Tous les deux sont des objets télévisuels conçus par une chaîne d'information et tous les deux procèdent par la fragmentation du monde pour raconter l'actualité politique.

---

<sup>182</sup> Paul VIRILIO, *Bunker Archéologie* (1975), Paris, Galilée, 2008, p.17.

<sup>183</sup> Zygmunt BAUMAN, *La vie liquide*, Le Rouergue/Chambon, 2006, p. 14.

Cependant, à l'inverse d'un journal télévisé, les « *promos* » établissent des relations logiques de causalité et d'interdépendance entre les faits. Si nous voyons dans les « *promos* » un discours critique sur le journal télévisé c'est parce qu'elles jettent les bases de ce qui pourrait être une tentative de narrativiser le journal télévisé. En observant l'ensemble des « *promos* », on s'est arrêté sur une expérimentation assez originale.

À l'inverse d'un JT typique, ici, les frontières spatiotemporelles des faits ne sont plus cloisonnés mais plutôt fusionnelles. La fictionalisation du JT permet de le présenter comme un lieu qui fait réconcilier les faits du monde par le dialogue et au moyen de la narration. En même temps, narrativiser le discours du JT changerait certainement la manière dont le téléspectateur concevrait les actualités du monde. La création d'un discours qui ne sépare pas mais qui réunit permettrait à chacun de se reconnaître dans plusieurs faits, voire dans plusieurs récits.

Au lieu de s'intéresser uniquement à des nouvelles de proximité susceptibles d'apporter des réponses partielles, le téléspectateur pourrait trouver dans les faits du monde entier des explications plus logiques et plus satisfaisantes à ses questions.

## II. L'image comme un spectre mémoriel

L'accélération temporelle est inséparable du raccourcissement spatial, ce déterminisme formel condamne le contenu à la fragmentation et au morcellement. Un problème se pose : comment lire le fragment ? Comment lire la prolifération des fragments d'images dans les « *promos* » ? Dans un article de Jocelyne Arquembourg intitulé « *Les nouvelles logiques de l'information en temps de guerre : le modèle C.N.N.* », l'auteur constate que la représentation de l'actualité de la guerre du Golfe par CNN empruntait « à la fois à l'esthétique cinématographique et à l'abstraction des jeux vidéo.<sup>184</sup> » Les bouts d'images semblent être le langage formel en période de conflit ou de guerre.

En effet, la communication à l'ère de la vitesse a donné à l'image une valeur d'authentification. Roland Barthes explique que l'image est une tentative de satisfaire le besoin de « *voir pour croire*<sup>185</sup> ». Autrement dit, l'image fragment est une preuve de la réalité qu'elle donne à voir. Elle

---

<sup>184</sup> Jocelyne ARQUEMBOUR, « Les nouvelles logiques de l'information en temps de guerre : le modèle C.N.N. », *Études de communication*, n°15, 1994, p. 63-74.

<sup>185</sup> Roland BARTHES, « La rhétorique de l'image », *Communication 4*, 1964, p. 46

est presque un genre authentifiant dont la multiplicité des interprétations permettrait à l'information d'avoisiner la vérité.

Les vidéos promotionnelles d'*Al Jazeera* portent à priori sur les révolutions arabes et les manifestations qui se propagent d'un pays à l'autre. Des événements largement censurés par les médias officiels des régimes arabes. C'est ainsi que les fragments d'images des « *promos* » s'annonce comme un gage de véracité. Elles ont la valeur de témoignage. En temps de crise comme c'était le cas pendant les révolutions arabes, les informations sont abondantes et l'une chasse l'autre.

C'est ainsi que les fragments d'images préservent la mémoire des vérités périssables et empêchent l'oubli. En même temps, les fragments d'images sont la meilleure source d'information qu'un média puisse fournir au téléspectateur en temps de crise. Néanmoins, le langage de fragment exprime en quelque sorte l'incapacité d'exprimer une nouvelle expérience spatio-temporelle. Face à l'accélération des flux d'informations, le fragmentaire participe à une économie de l'information et du regard.

## 1. La « promo » : des images chocs au service de la circulation des récits

Une « *promo* » est un objet dont la durée ne dépasse pas les quarante secondes. Le téléspectateur reçoit des images à la fois massives et denses; comment peut-il les interpréter ? En effet, l'optimisation de l'image repose sur deux principes : *mémoire habitude* et *mémoire souvenir*<sup>186</sup> selon les mots de Bergson. Les médias ont tendance à considérer une image-choc comme une information qui mérite de s'élever au statut de *mémoire souvenir*, c'est-à-dire qu'elle est d'ordre contemplatif, ce qui permet d'enregistrer un passé comme un souvenir. Les « *promos* » sont composées d'une succession d'images-chocs. Chacune a la valeur de la *Une* jusqu'au moment où l'arrivée d'une autre fait oublier la précédente. Ce caractère périssable de l'image-choc est récompensé par la création de ce que Bergson appelle *une mémoire habitude*, cette dernière consiste à réactualiser l'image et à la répéter de sorte qu'elle devienne une partie intégrante du présent.

---

<sup>186</sup> Henri BERGSON, *Matière et mémoire*, 7<sup>e</sup> éd., Paris, 1911, p. 77



Cette répétition repose sur la multiplication des représentations de la libération de la parole publique. Dans le cadre des vidéos promotionnelles d'*Al Jazeera*, il s'agit de prendre des images stéréotypées et de créer un lieu dialogique entre ces images. Dans les « *promos* », on voit souvent des mains en l'air, une marche commune, des cris collectifs, des gestes certes triviaux mais humains et qui représentent tous une population qui se réveille, se révolte et s'émancipe.

Nous cherchons ici à porter une critique sur ce langage de la culture de masse et à apporter un premier démontage sémiologique de celui-ci. Il s'agit de s'arrêter sur la représentation d'une nouvelle identité collective qui naît sous l'œil de la caméra d'*Al Jazeera* et qui transforme ces images stéréotypées en objets de mémoire collective. Roland Barthes dans *Mythologies* nous rappelle : « *nos objets par leur durée courte proposent un spectacle expressif où le spectateur est au rendez-vous avec l'amplification des faits produits par l'effet de condensation.*<sup>187</sup> » Selon Barthes, devant ce spectacle, le spectateur choisit volontairement et intelligemment d'adhérer à ce qu'il voit et non pas à ce qu'il croit.

Le public des « *promos* » est conscient des choix délibérés des images, des subjectivités de la chaîne et de la vocation politique du Qatar. Le public sait bien que les vidéos promotionnelles sont fondées sur la démonstration et la spectacularisation, mais il choisit quand même de vivre l'histoire qui se construit sous ses yeux avec toutes les émotions qu'elle fait jaillir parce que ce qui est livré aux spectateurs, c'est le grand spectacle de la Révolution avec toute l'amplification qu'on peut lui associer.

## 2. La place : métaphore de la fête

Les rassemblements massifs sont le symbole des révolutions populaires. Que ce soit en Tunisie, en Egypte ou ailleurs, ils se multiplient mais la scène est toujours la même, comme le montrent les images ci-dessous tirées de deux vidéos promotionnelles différentes. Néanmoins, avec ces images, le spectateur voit quelque chose de nouveau. Les révoltes ont bouleversé l'optique quotidienne et le spectateur a le privilège de voir des scènes de révoltes à la fois différentes et identiques.

---

<sup>187</sup> Roland BARTHES, *Mythologies*, Édition du Seuil, 1957, p. 13.



*Fig. 23 : extrait de la « promo » (33) de la playlist*

*Fig. 24 : extrait de la « promo » (42) de la playlist*

Les rassemblements populaires ont complètement bouleversé les habitudes. L'ordre cède la place au chaos. Nous ne voyons que des têtes. Un endroit où tous les gens sont entassés. L'angle de vue n'est plus étendu, mais il est condensé, concentré. Pour Roland Barthes, cette « *rupture un peu ample du quotidien introduit à la Fête.*<sup>188</sup> » Soudainement, il n'y a plus de séparation entre les routes, les trottoirs, les ronds-points. La vue panoramique perd son pouvoir majeur, qui est d'organiser l'espace. Cette appropriation de l'espace introduit une rupture du visuel quotidien et le spectateur a l'illusion d'un monde qui se modifie sous la pression des actes.

La répétition se fait également sur un autre niveau, le logo de la chaîne institue un point de rassemblement qui relie toutes les « *promos* » s'éclairant les unes les autres et formant une série de spectacles. Chaque « *promo* » dispose d'une image qui offre des explications épisodiques et puis advient le logo de la chaîne en plan à part. Il annonce l'épisode prochain et incarne l'image toujours savante d'un produit certifié.

### III. Les « *promos* » : récits télévisuels conçus pour la migration numérique

Comme le roman proustien, les « *promos* » procèdent par une fragmentation de la narration, par laquelle le temps réaliste est nié, elles avancent par des tranches d'images accompagnées d'une bande sonore qui confirme une discontinuité temporelle. À l'instar de *A la recherche du temps perdu*, les récits des « *promos* » restent inachevés et toutes les scènes parcourues ne sont que des fragments détachés d'une totalité en cours d'élaboration.

---

<sup>188</sup> *Ibid*, p. 66.

Il n'est donc pas frappant de constater qu'à l'intérieur de cette forme fragmentaire est racontée une histoire fragmentée. Le fragmentaire est un objet de nature contradictoire, il oscille entre fermeture et ouverture, entre intégration et émancipation, entre éclatement et unité. Ainsi, tous les phénomènes liés à cet objet impliquent un double mouvement contradictoire. C'est un objet qui en revendiquant son éternel exil affirme l'éternelle quête d'unité.

D'une manière générale, le temps court est contraignant, il mène à la fragmentation du contenu. Quant au fragment, s'il est souvent assimilé à l'absence, il peut aussi désigner la présence d'une totalité hors de notre portée ou qui nous échappe dans sa continuité. Ainsi, le fragment est un absent-présent qui nous commande et qui nous guide vers la totalité de l'objet. Que ce soit par sa nature ambiguë ou par son côté paradoxal, le fragment a quelque chose de « *dionysiaque* », il bouleverse l'ordre établi, il transgresse les frontières, il renverse les relations causales. Fidèle à son éclatement, le fragment « *demeure identique à soi, refuse de changer* », mais il reste « *l'étranger, le différent, l'autre*.<sup>189</sup> ».

## 1. La « promo » comme une bande-annonce

Fragments d'images, moments forts, contraste, condensation, amplification, brièveté, progression en crescendo, titre et logo à la fin, éléments que nous trouvons dans une « *promo* » mais aussi dans une bande-annonce. Dans son hypothèse sur la conception de la bande-annonce par le spectateur, le chercheur suisse Vinzenz Hediger explique que les moments condensés construisent le socle d'une bande annonce et que ces derniers doivent apparaître au spectateur à la manière de souvenirs. Il s'agit d'une sélection mémorielle d'un film déjà vu. Cette sélection est composée des moments émotionnellement forts qui d'une certaine manière stimule la mémoire filmique du spectateur.<sup>190</sup>

Cette définition de la bande annonce en terme d'amplification peut être aussi celle de la « *promo* » d'*Al Jazeera*. Une « *promo* » nous plonge directement au cœur du monde cinématographique. Comme la bande-annonce, elle procède à une déconstruction structurée du monde en petites scènes qui sont par la suite assemblées bout à bout pour former à leur tour un récit. À l'instar

---

<sup>189</sup> Jean-Pierre VERNANT, « Dionysos à Thèbes », dans *L'univers, les dieux, les hommes*, Paris, Seuil, 1999, p. 190.

<sup>190</sup> Vinzenz HEDIGER, « A cinema of memory in the future tense : Godard, trailers and Godard trailers ». Dans Temple, Micheal, James S. William et Michael Witt (dir.), *For Ever Godard*, Londres, Black Dog Publishing, pp. 144-159

d'une bande-annonce, une « *promo* » est l'aboutissement du désordre : la construction d'un regard singulier et personnel ne se fait qu'à partir des vues désordonnés.

Prenons l'exemple de la promo (1) de la série *L'Égypte...triomphe du peuple*. Cette « *promo* » est composée de deux séquences principales, la première s'ouvre sur un plan rapproché d'Omar Soliman,<sup>191</sup> ce personnage occupe une position spatialement frontale, bien au centre, affichant sa supériorité, sa posture de dominant. La sonnerie du clairon qui accompagne ce premier plan produit un effet d'annonce et de suspens. Puis, d'un ton vaincu, ce personnage annonce dans un discours historique la fin du régime Moubarak. Quelques mots, rien de plus, et le calme cède la place à une explosion de joie. Le son du clairon se fait remplacer par l'hymne national, la voix de l'autorité cède la place à la voix du peuple. Dans cette deuxième séquence, un plan agrandissant montre un panorama de la Place Tahrir, une place étendue hors-champ et qui apparaît saturée, la foule y est présente partout.



Fig. 25 : (Plans 1, 2) extraits de la « *promo* » (1) de la série *L'Égypte...Le triomphe du peuple*

À l'image, la place Tahrir, transformée en corps vivant qui grandit, se modifie sous l'effet de ce discours historique. Ensuite se succèdent des plans d'ensemble qui montrent l'ampleur des célébrations qui gagnent l'ensemble du pays. Puis s'installe un sentiment d'absence qui ne cesse de s'amplifier et qui s'ouvre sur une plongée en plan rapproché, les regards du peuple divergent et se portent aussi hors-champ : ces regards de prolongement ont naturellement besoin d'un complément. Finalement, dans un gros plan apparaissent des mains portant un drapeau sur lequel est écrit : سجل يا تاريخ ( Ô Histoire, enregistre). La « *promo* » se ferme sur le logo d'*Al Jazeera* ayant comme titre (inscrit ci-dessous) *L'Égypte... Le triomphe du peuple*.

---

<sup>191</sup> Omar Soliman est nommé vice-président le 29 janvier 2011 par le président Hosni Moubarak, alors que l'Égypte est en pleine révolution.



Fig. 26 : (Plans 3, 4) extraits de « *promo* » (1)  
de la série *L'Égypte... Le triomphe du peuple*

Cette « *promo* » qui flirte avec le genre cinématographique est teintée d'une certaine étrangeté : le fermé s'oppose à l'ouvert, le singulier au pluriel, le calme au bruit. Cette atmosphère légèrement fantastique est sous-tendue ici par le brouillage des frontières spatiotemporelles entre les différentes séquences. Sur un plan pragmatique et sous l'effet de cette annonce historique, la « *promo* » se veut un court-métrage documentaire qui raconte la fin du récit Moubarak.

## 2. La « *promo* » comme totalité

Les « *promos* » nous rappellent des histoires d'autrefois qui remontent même à l'origine du genre narratologique. Elles racontent à la manière de *Mille et Une nuit* des histoires palpitantes sans fin. Mais au lieu de s'arrêter sur : « *Et l'aube chassant la nuit, Shéhérazade dut interrompre son récit* », le récit que racontent les « *promos* » est toujours interrompu par un arrêt sur l'image du logotype d'*Al Jazeera*.

Cette discontinuité narrative est à lire comme un mode de survie. De la même manière que Shéhérazade a réussi à se maintenir en vie grâce au stratagème de suspens, la fin ouverte de ces petits récits évoque les conditions fabuleuses de leur production. Le caractère éminemment ouvert de ces récits suggère en quelque sorte le désarroi du narrateur qui n'a plus rien à dire sur l'histoire et qui attend l'achèvement de celle-ci par le travail de la réception. Dans l'impossibilité de satisfaire complètement le goût du spectateur, la fin ouverte crée un fort suspens. Seuls les épisodes rassemblés peuvent en raconter la totalité. C'est là où il semble nécessaire de rassembler les « *promos* » dans une playlist.

La structure ouverte a forcément un pouvoir suggestif et invite le spectateur à combler les vides narratifs. Sur ce point s'appuie la chercheuse américaine Lisa Kernan pour établir sa théorie sur la structure elliptique de la bande-annonce :

« *The restriction of trailers to a few minutes of carefully selected and edited shots and scenes [...] allows audiences to create an imaginary (yet-unseen) film out of these fragments.* <sup>192</sup> »

Comme une bande-annonce, une « *promo* » donne au spectateur la possibilité de se projeter, de créer son propre film. La rapidité de passage des images participe à stimuler l'imagination du spectateur. Une imagination qui peut aller dans tous les sens, sans orientation précise. Les sensations fortes qu'il éprouve en regardant une « *promo* » le transporte ailleurs. À la fois chargées et imprécises, les « *promos* », suggèrent des pistes de réflexion, font accéder à des voies ou à des voix en espérant qu'elles suscitent la curiosité du spectateur.

#### IV. La marque Al Jazeera : une œuvre calligraphique entre tradition et modernité

Dans une optique commerciale et marketing, il est essentiel de se positionner et de construire une « image de marque » ou plutôt une « identité de marque »<sup>193</sup>. L'image émerge par l'énonciateur lui-même, mais aussi par le contenu qu'il dévoile et que les publics reconstruisent.

Dans un article qui examine la relation entre l'image de la marque et l'image de la chaîne, Amandine Kervella<sup>194</sup> définit la marque comme le résultat d'une recherche créative destinée à renforcer l'image de la chaîne chez ses spectateurs à travers la création d'un pont transversal qui relie mutuellement ses différents programmes et rappelle toujours la marque de la chaîne. *Al Jazeera* est l'une des marques les plus reconnues mondialement.

---

<sup>192</sup> « La restriction des bande-annonces à quelques minutes de scènes soigneusement choisies et éditées permet aux spectateurs de créer un film imaginé à partir de ces fragments. », Lisa KERNAN, *Coming attractions : reading american trailers*, University of Texas Press, Austin, 2004, p. 13

<sup>193</sup> Klein Naomi, *No logo, la tyrannie des marques*, traduit de l'anglais par Michel Saint-Germain, Leméac Editeur, 2002, p. 191

<sup>194</sup> Amandine KERVELLA, « Les programmes courts sportifs : entre image de marque et image de chaîne », in, Sylvie PERINEAU, dir., *Les formes brèves audiovisuelles. Des interludes aux productions web*, Paris, CNRS Éd., coll. CNRS Alpha, 2013, p. 119.

Comme beaucoup de marques connues dans le monde, le logo d'*Al Jazeera* n'a pas été conçu par une agence de marketing, il a été choisi par l'émir du Qatar, Hamad bin Khalifa, à l'issue d'un concours lancé spécifiquement à cette fin. La personne gagnante était un qatari qui déclara avoir réalisé le logo en vingt minutes après avoir entendu parler de la compétition sur sa radio. Cependant, son logo demeure un mystère, notamment pour ceux qui ne connaissent pas la calligraphie arabe.

## 1. Le logo d'*Al Jazeera* : une mémoire esthétique

Le logo d'*Al Jazeera* est calligraphié en *Divanî*, un terme qui renvoie au style d'écriture utilisé par le *divan*, en référence à l'administration ottomane au XVI<sup>ème</sup> siècle. Ce style issu du perfectionnement des styles *Naskhi* et *Thulthi* est un mélange hybride, il porte un aspect fantastique qui provient de l'entrecroisement des motifs, des droites et des courbes et de l'absence de frontières entre le fermé et l'ouvert. Ces aspects poétiques créent l'illusion d'images mais, ils contribuent aussi à donner à l'écriture un caractère abstrait.



Fig.27 Logo d'*Al Jazeera*

On constate également que cette calligraphie ne laisse guère de place aux espaces vides, aux « blancs » du support. L'investissement maximal de l'espace décoratif donne lieu à des réalisations dynamiques alliant le matériel et le spirituel. C'est là où repose l'affinité de cette écriture. L'équilibre et la symétrie dans la forme invitent à une contemplation à la fois sensible et réfléchie à l'esprit d'abstraction que cette écriture représente. Cela nous ramène à considérer le double statut du logo d'*Al Jazeera*, à la fois matériel et esthétique, comme une traduction de l'esprit d'abstraction de la chaîne et de sa culture. Le logo doré d'*Al Jazeera*, cette mémoire graphique

véhiculée à travers l'alphabet, fait illusion à une goutte d'eau, ce symbolisme est renforcé par l'animation du logo sur l'antenne qui montre la marque resurgissant du fond de l'océan.

## 2. Le logo d'*Al Jazeera* : une mémoire historique

*Al Jazeera* est un mot équivoque, il désigne à la fois l'île et la péninsule, deux termes qui font référence respectivement à Qatar et à la péninsule Arabique. Dans le langage courant, le terme renvoie a priori au berceau géographique de la civilisation arabo-musulmane, soit une zone qui s'étend de la frontière saoudo-jordanienne au sultanat d'Oman, un espace essentiellement occupé par l'Arabie Saoudite et à l'intérieur duquel le Qatar constitue lui-même une petite péninsule. Aussi, les habitants de cet émirat utilisent communément ce terme *jazeera* Qatar pour désigner leur propre pays, une péninsule dans une péninsule d'environ 10400 kilomètres carrés.<sup>195</sup>

Métaphoriquement, si le terme *Al Jazeera* renvoie à des îles fragmentées, il désigne également la volonté de cette petite péninsule de jouer un rôle d'unificateur, de réunir les îles séparées pour en faire une presqu'île d'Arabie. *Al Jazeera* constitue un trait d'union qui s'incarne pleinement dans les « *promos* », et notamment dans celles dédiées au Printemps arabe. A force de passer d'une « *promo* » à l'autre, les lieux, les temps et les titres changent, mais ce qui demeure intouchable, c'est cette typographie jaune, cette image précise et focale qui correspond au logo de la chaîne *Al Jazeera*.



Fig.28 : extrait de la « promo » (37) de la playlist, série *L'Egypte parle d'elle-même*

<sup>195</sup> Claire-Gabriel TALON, *Al Jazeera. Liberté d'expression et pétromonarchie*, PUF, 2011, pp. 7-20.



Outre le logotype, la couleur du fond est un facteur important pour identifier les « *promos* » : le noir s'impose presque toujours donnant lieu à une tonalité grave. Mais ce pur noir est combiné avec un petit titre typographié en blanc qui semble éclairer cette ambiance obscure. Sur un plan discursif, le logo et le titre se présentent comme des énonciateurs intermédiaires qui instaurent un rapport je / tu entre la marque et le spectateur. Dans les « *promos* » et d'une manière générale, le logo surgit du fond de l'écran alors que le titre avance doucement et fixe le regard du spectateur jusqu'à la stabilisation. Cette animation dynamique permet au spectateur de passer du mode visible (image) au mode lisible (écriture).

Ce geste technique montre aussi une volonté de se rapprocher du spectateur et d'abolir la distance spectatorielle. L'encadrement ou la fermeture de la « *promo* » par le couple logo/titre est un acte de légitimation et de prise de responsabilité envers le spectateur. Par le logo et le titre, les « *promos* » assument explicitement leur statut promotionnel et invitent ouvertement le spectateur à adhérer corps et âme à l'expérience présentée.

En analysant l'ensemble des titres dans les « *promos* », nous avons constaté que l'autopromotion s'appuyait à la fois sur des valeurs externes et internes. Ainsi, nous divisons les titres en deux groupes. Le premier réunit cinq titres : *L'opinion et l'opinion opposé*, *La couverture médiatique continue*, *Toutes les couleurs*, *Avec l'Homme...*, *Libertés et droits de l'Homme*.

Le deuxième groupe est composé de 14 titres : *Ben Ali s'est enfui*, *L'Égypte... parle d'elle-même*, *L'Égypte La révolution*, *L'Égypte... Triomphe du peuple*, *La guerre sur Gaza*, *Gaza sous le feu*, *Le peuple crée sa révolution*, *Le printemps des révolutions arabes*, *La Libye... l'effondrement du mur du silence*, *La Libye... le parcours de la révolution*, *La Libye... le peuple crée sa révolution*, *La Libye... la révolution et le parcours de la confrontation*, *La Syrie... révolution d'un peuple*, *le Yémen... la révolution dans les espaces de changement*.

Les titres du premier groupe sont peu explicites et font appel à l'imagination. En même temps ils relèvent de l'autopromotion car ils sont une reprise des devises que nous voyons souvent sur *Al Jazeera*. Par contre, les titres du deuxième groupe sont plus précis : ils donnent rapidement une idée du sujet de la « *promo* ». Mais dans les deux cas, la prédominance des registres graves signifie implicitement que les « *promos* » sont des objets à prendre au sérieux.

Dans une période de crise, la surmédiation par le biais de l'image a un effet assez bénéfique : elle empêche d'oublier trop vite le fil de l'histoire. Toutefois, l'image pose plus de questions qu'elle ne donne de réponses : qui est représenté ? Dans quel lieu ? Dans quel contexte ? L'image, par sa nature polysémique, suscite la curiosité du spectateur. Cette curiosité ne peut être satisfaite tant que l'objet est en soi insaisissable. Ainsi, le moyen le plus facile dont dispose le téléspectateur pour assurer une lecture optimale est de déterritorialiser ces images et de les replacer dans un autre dispositif d'hébergement.

## V. La musique des « promos » : langage hantologique ?

Pour Roland Barthes, la musique est « *de l'ordre de la différence*<sup>196</sup> » : elle traverse les barrières linguistiques et sociales et procure à son écoute un plaisir et un sentiment d'épanouissement. Or, dans les « *promos* », la musique prend un autre sens. Elle a plutôt un rôle *hantologique*. C'est-à-dire, certains morceaux musicaux jouent le rôle d'un médium permettant au spectre du passé de s'énoncer. Ce constat nous ramène à étudier l'aspect *hantologique* des « *promos* » afin de sceller le lien qui fait dialoguer le passé avec le présent. Cette notion parue dans les années 2000 pour caractériser une nouvelle forme de musique qui émergeait en Angleterre et aux Etats-Unis s'impose aujourd'hui comme une critique sur la fonction mémorielle de la musique, elle négocie un va-et-vient entre un passé révolu et un présent inachevé.

L'*hantologie* est un néologisme créé par Jacques Derrida à partir de la fameuse phrase de Marx dans l'incipit du *Manifeste du Parti Communiste* et dans lequel il introduit le communisme en disant : « Un spectre hante l'Europe : le spectre du communisme<sup>197</sup> ». Cette phrase reprise par Derrida dans son essai, *Spectres de Marx*, lui a servi de base pour introduire le terme *hantologie* qui fait référence à une « logique de la hantise<sup>198</sup> ». Le spectre du passé chez Jacques Derrida est « une étrange voix, à la fois présente et non présente, singulière et multiple, porteuse de différence, aussi fantomatique que l'être humain, différente d'elle-même et de son propre esprit. Il est un

---

<sup>196</sup> Roland BARTHES, *L'Obvie et l'Obtus*, Paris, Seuil, 1982, p. 247

<sup>197</sup> Voir Incipit du livre, Karl. MARX, Friedrich ENGEL, *Le Manifeste du Parti Communiste*, Paris, « Ère nouvelle », 1895.

<sup>198</sup> Jacques DERRIDA, *Spectres de Marx*, Paris, Editions Galilée, 1993, p. 31.

autre et plus d'un autre. Il désarticule le temps. Il est une trace. Quoique venant du passé, portant un héritage, il est imprévisible et surtout irréductible<sup>199</sup>».

## 1. La logique spectrale dans le cadre des « promos »

Si l'*hantologie* permet aux traces du passé de marquer leur présence sur le présent, cette logique de la hantise signale l'existence d'une figure étrange qui perturbe l'harmonie sociale et qui entraîne dans la confusion. Appliquée à la musique, cette présence spectrale consiste « en une trace, extrêmement concrète, qui révèle la matérialité d'une musique et de son passé<sup>200</sup> ». Ce travail technique sur le son se nourrit de la déconstruction d'une musique pour la reconstruire selon des affinités plus ou moins personnelles.

Dans les exemples suivants, la musique est empruntée aux grands classiques des années cinquante et soixante, l'identification se fait ainsi tout de suite. Dans son analyse de la mémoire musicale, Maurice Halbwachs explique que le souvenir d'un son est fixé dans la subconscience des gens sous forme imprimée : « c'est le son qui fait penser à l'objet, parce qu'on reconnaît l'objet à travers le son, mais l'objet lui-même évoque rarement tout seul le son. Quand on entend une clarinette, un claquement de fouet, on pense à des prisonniers, à une course de chars... Mais il n'en est pas autrement lorsqu'il s'agit de la voix humaine, et que notre attention se porte non plus sur les mots eux-mêmes, mais sur le timbre, sur l'intonation et l'accent.<sup>201</sup> »

La voix de la célèbre chanteuse égyptienne Om Kalthom est imprimée dans les oreilles du public, elle fait donc penser à un certain nombre d'idées qui sont familières. On cherche à se souvenir moins des paroles de la chanson que des sentiments par lesquels on est passé.

Le premier exemple concerne le spectre de la musique arabe des années soixante. En effet, Om Kalthoum est certainement le spectre le plus influent de toute la musique de l'époque. Surnommée l'*Astre d'Orient*, la *cantatrice du peuple*, elle est considérée, plus de trente-cinq ans après sa mort,

---

<sup>199</sup> Cette citation de Derrida a été citée par Ulrich au cours d'un échange interne à Playlist concernant l'hantologie.

Benjamin FOGEL et Beck ULRICH, « L'hantologie », *Playlist Society*, v°2, 10 Juin 2012, p. 2.

<sup>200</sup> Benjamin FOGEL et Beck ULRICH, *Ibid*, p. 4.

<sup>201</sup> Maurice HALWACHS, *La mémoire collective*, Édition Albin Michel, 1997, p. 20.

comme la plus grande chanteuse du monde arabe.<sup>202</sup> Encore aujourd'hui, l'influence de sa musique se fait sentir.

Dans la « *promo* » (35) de la playlist, baptisée *L'Égypte parle d'elle-même*, l'aspect *hantologique* se révèle à plusieurs niveaux. Ce que l'on retient avant tout, c'est la reprise de l'intitulé du chant patriotique d'Om Kalthoum *L'Égypte parle d'elle-même*,<sup>203</sup> d'abord par l'éditeur d'*Al Jazeera* pour donner un titre à cette « *promo* », ensuite par le collectionneur pour y faire référence dans sa playlist.

Au fur et à mesure que la « *promo* » avance, l'accompagnement musical fusionné avec le bruit des coups de feu permet de maintenir un va-et-vient entre la voix du passé et les images du présent. Néanmoins, lorsqu'on regarde bien la « *promo* », on se rend compte que plusieurs spectres laissent suffisamment de traces pour que l'on en ressorte avec une vague sensation de nostalgie et de mélancolie.

La musique d'Om Kalthoum est certes un point d'ancrage dans le passé, mais d'autres éléments viennent compléter la nostalgie. Tout d'abord, le recours au hors-champ défini par Michel Serceau comme une sorte de « prolongement de l'espace visible par un espace invisible, mais dramatiquement prégnant<sup>204</sup> ». Le hors-champ permet à la *voix off* de créer une tension imaginaire entre le présent et l'absent. Il joue un rôle important dans la création d'un univers fictionnel et provoque chez le spectateur un sentiment d'attente lié à l'inconnu et à l'imprévisible.

Le hors-champ est une question esthétique importante, aux multiples implications politiques et éthiques. Au début de la « *promo* », le hors-champ permet d'isoler une image cruelle de la révolution égyptienne, celle de l'agent de sécurité ouvrant le feu sur les manifestants situés presque hors-champ. La mise en avant d'un plan au dépend d'un autre donne à l'image isolée un côté fantastique et oblige à la contempler.

---

<sup>202</sup> Arthur GOLDSCHMID, *Biographical dictionary of modern Egypt*, Lynne Rienner, Boulder, Colo., Londres, 2004, (cop. 2000), p. 218.

<sup>203</sup> « *Misr tatahadathou 'an nafsiha* ». Chanson d'Oum Kalthoum écrite par le poète Hafedh Ibrahim et composée par Riadh Essombati.

<sup>204</sup> Michel SERCEAU, *Étudier le cinéma*, Ed. du Temps, Paris, 2001.



Fig.29 : extrait de la « *promo* » (35) de la playlist,  
série *L’Egypte parle d’elle-même*

Le travail sur le son n’est pas en reste : dans la « *promo* » (38) de la même série, nous entendons le son d’une horloge qui évoque délibérément le temps perdu, mais aussi le temps d’attente. Avec cette « *promo* », nous sommes pleinement dans la définition de l’*hantologie* de Derrida qui fait du regard rétrospectif porté sur le passé une quête pour envisager l’avenir. Si l’*hantologie* permet au spectateur d’osciller entre l’ici et l’ailleurs, elle l’initie à entretenir un nouveau rapport avec le temps.

Dans la « *promo* » (36) toujours de la même catégorie, un autre spectre à voix sublime vient adresser *La prière de l’Orient*. Cette chanson de Mohammed Abdel Wahab, un grand chanteur et compositeur égyptien des années soixante, vient affirmer l’éternel message de la paix tout en refusant l’injustice. Les images sont également assez parlantes. Au fur et à mesure que la « *promo* » avance, les mains en l’air apparaissent au premier plan, d’une manière centrée. Elles ont ici une fonction métonymique : elles représentent la foule ayant répondu à l’appel à la résistance lancé par le chanteur.



Fig.30 : extrait de la « promo » (36) de la playlist,  
série *L’Egypte parle d’elle-même*

Le récit de la révolution se poursuit avec la « promo » (37). Cette fois, c’est l’ombre d’un ancien révolutionnaire qui hante le peuple et appelle à se lever : « Debout l’Egypte, lève-toi et marche <sup>205</sup> ». Or, Maurice Halwachs nous rappelle : « les paroles, les mots, les sons, ici, n’ont pas leur fin en eux-mêmes : ce sont les voies d’accès au sens, aux sentiments et idées exprimées, au milieu historique ou aux figures dessinées, c’est-à-dire à ce qui importe le plus. <sup>206</sup> »

Sheikh Imam, céléberrissime chanteur égyptien marxiste des années soixante-dix, a été le premier homme de l’histoire de l’Egypte à être condamné à la prison à vie pour ses chansons révolutionnaires. <sup>207</sup> La présence omniprésente de ce spectre n’est pas sans rappeler le destin tumultueux du révolutionnaire.

Dans notre entretien téléphonique avec Ali Achouri le 10/02/2013, il nous rappelle que « collectionner les clips d’Al Jazeera était un moyen de commémorer un événement et de garder un souvenir. <sup>208</sup> » Selon Maurice Halwachs, « nos souvenirs sont en quelque sorte collectifs même s’il s’agit d’événements auxquels nous n’avons pas été mêlés. <sup>209</sup> » Or, pour que notre mémoire soit celle des autres et pour que la mémoire individuelle devienne collective, il faut qu’il y ait un

<sup>205</sup> « Ya Masr oumi w chedi lhel », poème de Najib Shhab al Din, composé et chanté par Sheikh Imam.

<sup>206</sup> Maurice Halwachs, *La mémoire collective*, p. 49.

<sup>207</sup> *Al Jazeera*, « Interdits », Sheikh Imam, in <http://www.aljazeera.net/programs/pages/5201201c-7273-4832-b3f0-d874ce6c6296>.

<sup>208</sup> Voir entretien complet avec Ali Achouri en annexe p. 303

<sup>209</sup> Maurice HALWACHS, *Ibid*, *La mémoire collective*, p. 52.

point de contact les uns avec les autres. Dans cette « *promo* » ce point d'entrée est incarné dans la voix du chanteur. Maurice Halwachs précise : « *un souvenir appelle un autre et tire sa force et sa durée de la capacité des hommes de se rappeler de valeurs communes.*<sup>210</sup> »

Au moment où la voix d'un individu serait capable de se comporter comme le membre d'un groupe qui contribuerait à évoquer et à entretenir des souvenirs impersonnels qui intéressent le groupe, la mémoire individuelle accède selon Maurice Halwachs au niveau de la « mémoire collective ». Ainsi, le seul moyen pour notre collectionneur de sauver de tels souvenirs collectifs est de les enregistrer, car comme nous le rappelle Maurice Halwachs, « *tandis que les paroles et les pensées meurent, les écrits restent.* »<sup>211</sup> Or, pour Halwachs, pour que cette mémoire collective survive, elle devrait se dérouler dans un cadre spatial. Dans le cadre des vidéos promotionnelles d'*Al Jazeera*, ce lieu de culte est la playlist. Lorsque l'internaute accède à la playlist, il sait qu'il va retrouver là un état d'esprit dont il a déjà souvent fait l'expérience, et qu'avec d'autres internautes il va reconstituer, en même temps qu'une communauté visible, une pensée et des souvenirs communs.



Fig.31 : extrait de la « *promo* » (37) de la playlist, série *L'Egypte parle d'elle-même*

---

<sup>210</sup> *Ibid*, p. 94.

<sup>211</sup> *Ibid*, p. 130.

Ces chansons sont très marquées idéologiquement par la pensée politique panarabe du président égyptien Gamal Abdel Nasser. En effet, la rencontre fondatrice de la chanson et de la politique, tout au moins dans la « mémoire collective », date des années 1950 et 1960. Les résonances de ces chansons mêlées au discours politique de Nasser sont encore présentes dans l’imaginaire collectif. C’est bien avec des chanteurs comme Oum Koulthoum, Muhammad Abdel-Wahab et Sheikh Imam que le rêve d’une Nation arabe unifiée a commencé constate Dima Saber.<sup>212</sup>

Les « *promos* » sont émaillées de ces figures héroïques dont la voix se glisse progressivement dans la peau du téléspectateur et finit par l’affecter. Le pari est réussi puisque, après tout, les « *promos* » sont devenues des « *web promos* ». Le caractère *hantologique* de ces objets a certainement contribué à leur migration numérique. Cette migration est marquée par une hybridation des fonctionnalités offertes par la playlist numérique. Dans ce contexte, le changement du support ouvre à grande échelle la voie des possibles.

## 2. Mélange des genres musicaux

Selon Martin Winkler, dans le domaine des arts, le mot « série » fait référence à un « *ensemble composé d’œuvres qui possèdent entre elles une unité et forment un tout cohérent. Par extension au domaine audio-visuel, c’est une suite de feuilletons, de films, d’émissions liés par une unité de genre, de forme, de sujet ou de personnages*<sup>213</sup> ». Les « *promos* » forment des séries achevées, mais qui s’inscrivent dans un projet inachevé.

Ce double mouvement de clôture et d’ouverture est inhérent même à l’intérieur de chaque série. Les « *promos* », toujours en élaboration préfigurent constamment une attente latente du prochain épisode, puis de la prochaine série, puis de la prochaine saison à venir. La continuité feuilletonnante a une autre vertu importante : pour tenir le public en haleine, le scénario traite un événement par petites touches qui s’étalent sur plusieurs épisodes.

---

<sup>212</sup> Dima Saber, *De Nasser à Nasrallah : l’identité arabe à l’épreuve de ses récits médiatiques. Une analyse sémiopragmatique de l’émergence de deux symboles de la nation. Nationalismes et propagandes, 1948-2006*, (sous la direction de Frédéric Lambert), Paris II, 2011, p.107

<sup>213</sup> Martin WINKLER, *Petit éloge des séries télé*, Gallimard, Paris, 2012, p. 15.



Cette capacité de capter la complexité du monde dans quarante secondes revient au recours systématique au moyen de la narration. Si l'on vous invite à regarder une série, il est souvent indispensable de regarder le « pilote », le premier épisode. Il est normalement le prototype des récits ou le début de la longue histoire que la série ou les séries vont ensuite décliner. Le premier épisode qui fait partie de la série *Libertés et droits de l'Homme* s'ouvre sur ce qui ressemble à une séquence de bande dessinée. Pour Marjorie Alessandrini, la bande dessinée est « *un art à la croisée de l'écriture littéraire et de l'écriture graphique*<sup>214</sup> ». Il s'agit d'un univers fictionnel ou documentaire à l'intérieur duquel les personnages autographiés s'expriment par des textes inscrits dans des bulles.



Fig : 32 : (Plan 1) extrait de la « promo »  
pilote de la série *Enfants de Gaza*

Cette définition de la BD nous ramène à considérer l'enfant qui apparaît dans le premier plan comme le narrateur omniscient de la séquence. Sous le rythme d'une musique folklorique, le plan rapproché invite à lire l'énoncé suivant : *Il était une fois dans une belle forêt un peuple qui vivait heureux et en paix*. Ensuite, sous l'effet de la même musique, le spectateur accède au deuxième plan qui donne à lire et à voir la suite du récit : *Sur le chemin de l'école, il y avait des étrangers portant des armes*.

<sup>214</sup> Marjorie ALESSANDRINI (dir), *Encyclopédie des bandes dessinées*, Paris, Albin Michel, 1979.

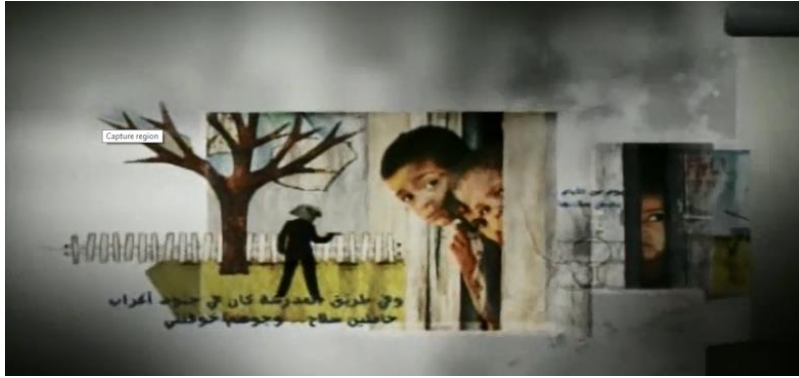


Fig. 33 : (Plan 2) extrait de la « promo »  
pilote de la série *Enfants de Gaza*

Le troisième plan est mis en accent par la brusque coupure de la chanson à la fin du plan précédent et qui, dans le début du plan qui nous concerne, est immédiatement remplacée par le bruit isolé des bombardiers. Au niveau de l'énonciation, ce plan donne à lire : *Je suis du regard un avion qui bombarde et aujourd'hui, je n'en ai pas peur. Ce je personnel fait du narrateur le héros du récit :*



Fig. 34 : (Plan 3) extrait de la « promo »  
pilote de la série *Enfants de Gaza*

Puis la musique s'affaiblit et opère un basculement narratif qui apporte une touche de réel. Le quatrième plan s'ouvre sur une interview avec une petite fille qui raconte à la première personne comment elle a perdu tous les membres de sa famille pendant la guerre.



Fig.35 : (Plan 4) extrait de la « promo »  
pilote de la série *Enfants de Gaza*

A ce moment-là, la musique s'aggrave pour annoncer le basculement de la narration vers le fictionnel, et tout d'un coup la fille semble entrer dans l'univers de la BD. Ce cinquième plan donne à lire une phrase en cours d'écriture : *Il était une fois*. Très vite cette phrase est barrée et remplacée par : *Il était une fois et il est encore*. Finalement, dans un dernier plan le récit se ferme sur un fond noir où règne au centre le logo d'*Al Jazeera* qui prévient le spectateur de la fin de la séquence.



Fig. 36 : (Plans 5, 6, 7) extraits de la « promo »  
pilote de la série *Enfants de Gaza*

Il semble que la bande sonore soit responsable de ce glissement qui s'effectue entre le factuel et le fictionnel. Puis, la voix de la fille opère un changement de la perception du temps et de l'espace,

elle aligne les instances narratives et les modifie de sorte qu'elle les dépossède de leur fonction première. Cette contre voix crée une tension qui déstabilise la narration. Mais qui parle ? Faut-il voir dans la spectacularité vacillante des voix narratives qui se répandent et se confondent une révolution mimétique qui traduit et formule de manière relativement fidèle les aspirations d'un peuple pour la liberté ? Ou faut-il voir dans cette orchestration instrumentale des voix, une volonté éditorialiste de se démarquer, de marquer les esprits, de se mêler à l'histoire ?

### 3. Interférences des voix narratives

Avant de brosser un portrait de la narratologie médiatique, il faut se demander qui raconte. La structure générale des « *promos* » est claire : on a affaire à un narrateur autodiégétique.<sup>215</sup> Selon Gérard Genette, ce narrateur est impliqué dans l'histoire qu'il raconte, il n'est pas un simple spectateur mais un acteur principal. En d'autres mots, il est le héros de son récit.

Dans la « *promo* » pilote de la playlist, le narrateur autodiégétique emploie des personnages fictifs et réels pour livrer au lecteur spectateur son récit. Certes, le « je » autobiographique représenté par le logo de la chaîne soumet la narration aux limites de son unique point de vue. Cependant la présence de deux « je », l'un d'un personnage fictif et l'autre d'un personnage réel, donne au « je » un sens plus large, celui de l'enfant de Gaza.

Cette problématique de l'interférence des voix narratives, revue à la lumière des acquis de la modernité, permet au récit ou à l'histoire de dépasser sa causalité linéaire et de s'engager dans une causalité circulaire et rétroactive. Dans la « *promo* » ci-dessus, ces deux formes de causalité correspondent à deux formes opposées d'énonciation narrative : l'une à tendance historique produite par une touche fictionnelle et à l'aide de personnages fictifs, et l'autre à tendance discursive produite par une touche réelle et enrichie par le témoignage de la fillette.

L'alternance des voix narratives reflète non pas une histoire classique, mais plutôt une histoire subversive. Cette organisation binaire est précieuse car elle permet de réaliser à partir du syncrétisme des médias audio-scripto-visuels une interférence entre des énonciations narratives complexes.

---

<sup>215</sup> Gérard Genette, *Figures III*, Paris, Seuil, « Poétique », 1972, p. 253.

Par leur langage codé à valeur narrative, les « *promos* » constituent un cadre à travers lequel s'établit une interaction entre les narrateurs et les narrataires. Dès lors, les partenaires de la communication entrent dans une phase d'attente. L'énonciateur de son côté joue sur les éléments de suspens pour impliquer le récepteur dans le jeu narratif. En acceptant le contrat d'engagement, ce dernier essaie de produire des hypothèses interprétatives des informations qu'il reçoit. C'est donc dans la gestion des horizons d'attente que la narrativité des *promos* acquiert son dynamisme. C'est à partir de ce sens-là que raconter l'actualité politique devient un art et une technique qui permet de transmettre l'information par le pouvoir de la tension narrative.

« *Si le langage verbal, l'image mobile (...) se « narrativisent » s'ils servent à raconter une histoire, ils doivent plier leur système d'expression à une structure temporelle, se donner un jeu d'articulations qui reproduise, phase après phase, une chronologie*<sup>216</sup> ». Dans une « *promo* », il y a des structures narratives antérieures prises en charge par la technique et qui actualisent le récit. Ainsi, le recours à l'esthétique et aux techniques de la BD permet de voir dans le récit de la fillette un récit transversal, une chronologie rétroactive à partir de laquelle il est possible de revenir sur l'histoire du narrateur omniscient. Ce récit réel devient paradoxalement un prototype car il explique comment ce narrateur a déjà voyagé de l'univers réel à l'univers fictif, il fait comprendre comment ce personnage vrai est devenu un personnage de BD.

Ce dispositif de représentation transforme le vécu en chose racontée, donnant à percevoir, à lire des événements qui se déroulent ici et maintenant, tout en avertissant le lecteur- spectateur qu'ils ont déjà commencé il y a très longtemps. Les effets de corrélation produits par le récit se manifestent également sur le plan de l'alternance temporelle. L'alternance des plans fictifs et réels est renforcée par la successivité temporelle entre l'imparfait narratif et le présent : *IL était une fois et il est encore*. Le récit rapproche des temps éloignés les uns les autres et établit entre eux un rapport de causalité réciproque. Dans les plans (3) et (4), deux discours narratifs se succèdent, le premier appartient au personnage fictif du BD qui fait lire : *Je suis du regard un avion qui bombarde et aujourd'hui, je n'en ai pas peur*. Le deuxième appartient à un personnage réel qui fait entendre : *J'ai perdu ma mère, mes quatre frères, mon neveu, mes oncles, leurs femmes, leurs enfants. J'ai tout perdu*.

---

<sup>216</sup> Claude BREMOND, *Logique du récit*, Paris, Seuil, 1973, p. 12.

La succession discursive du *je* fictif et du *je* réel sous-entend que le personnage fictif de la BD était auparavant un personnage réel. Le montage alterné souligne très fortement l'interdépendance des plans successifs. Cette hypothèse se confirme dans les plans (4) et (5). Ici, la succession de l'image réelle et fictive sous-entend que ce personnage réel soit devenu par la suite un personnage fictif de la BD, cette transformation sémantique est renforcée par : *Il était une fois* qui s'affiche dans le plan (5) et qui fait écho au même énoncé du plan (1).

A l'alternance temporelle s'ajoute une corrélation symbolique. Lorsque la succession fictionnel/factuel agit à l'échelle de la « *promo* » toute entière, cela implique des interactions plus ou moins marquées entre différents fils narratifs, notamment entre le début et la fin. Dès lors, on assiste à une métaphore circulaire qui apparaît dans la structure narrative interne. La séquence s'ouvre et se ferme sur *Il était une fois* de la même manière qu'elle s'ouvre et se ferme sur des personnages transformés en personnages de BD.

Tandis que le début et la fin se font écho et forment un cercle, leur ossature se compose de plans linéaires qui s'articulent de manière spiralaire : le temps du récit jongle en effet entre le passé et le présent qui s'entrecroisent grâce au travail de mémoire des personnages. Ce jeu au niveau de la structure globale imprime sa forme au cœur de la narration.

Cependant, pour que ce jeu d'énonciation prenne effet, il faut comme l'explique Mieke Bal suspendre les réponses auxquelles on aspire et imposer un temps de recul et de réflexion.<sup>217</sup> Dans le cas des « *promos* », la suspension du récit s'opère à travers la présence symbolique de l'autorité narrative. Cet arrêt sur le logotype de la chaîne et le titre de la promo oriente le récit vers une absence de dénouement. Cela produit un effet de morcèlement qui redistribue le positionnement des joueurs sur le terrain narratif.

Outre sa fonction heuristique, le figement sur le logotype crée chez le récepteur un sentiment d'urgence, un besoin pressé de remplir le blanc. Pour satisfaire ce désir cognitif de découvrir la suite de l'histoire, il s'engage dès lors dans un jeu de piste qui finit par transformer sa quête de l'information en quête identitaire.

---

<sup>217</sup> Mieke BAL, « Narration et focalisation. Pour une théorie des instances du récit », in *Poétique*, n° 29, 1977, pp. 107-127.

À l'inverse d'une bande dessinée où la narration appartient au monde fictionnel, la narration des « *promos* » est inséparable de l'écriture factuel. Donc pour entrer dans le jeu de la fiction, il faut accepter de s'exposer à la réalité. C'est cette prise de risque dans le dévoilement qui fait accéder au sens et qui fonde une interaction narrative avec la réalité événementielle. Allier la narration traditionnelle avec l'art visuel et l'interactivité permet ainsi de tisser un lien différent avec l'actualité politique, une relation dans laquelle le spectateur devient un coproducteur de l'imaginaire médiatique qui reçoit et interprète l'information à partir de ce statut-là. Si ces différentes dimensions qu'introduisent les « *promos* » affectent et modifient les apparences et les dynamiques du récit politique, elles en font surtout un objet culturel. Ceci redistribue à nouveau le positionnement des joueurs narratifs et participe au processus de démocratisation de l'actualité politique.

#### 4. Transgression narrative au service de l'autorité auctoriale

Une « *promo* » est une œuvre hybride qui emprunte ouvertement à plusieurs genres esthétiques. C'est un laboratoire dont le montage crée des associations créatives entre images et sons permettant ainsi de raconter l'histoire autrement. Si une « *promo* » emprunte ouvertement aux techniques cinématographiques et à l'esthétique de la BD, c'est parce qu'elle est en soi un art de la transgression. Cette transgression n'est pas forcément apparente au premier regard, elle transparaît sous différents masques. Dans la promo (51) de la série *Opinion... et opinion opposée*, il semble que l'autorité narrative se réjouisse et se moque ouvertement du désarroi de certains personnages politiques. Observons l'alternance des plans ci-dessous qui établit une alternance et une analogie discursive :

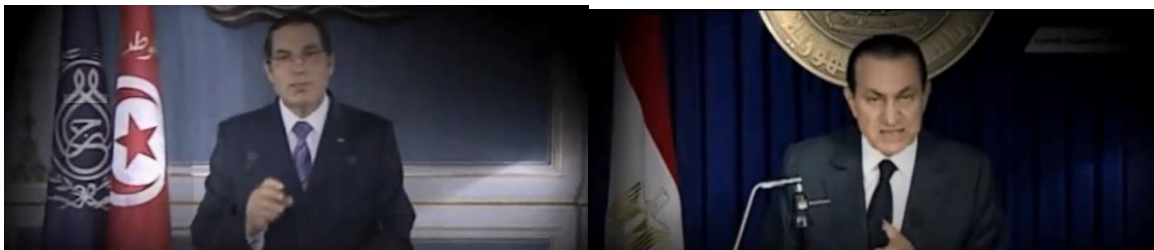


Fig. 37 : (Plans 1, 2) extraits de la « *promo* » (51) de la playlist, série *Opinion... et opinion opposée*

Ben Ali : J'ai passé plus de cinquante ans au service du pays. (Plan 1).

Moubarak : J'ai passé ma vie à défendre ce pays. (Plan 2).



Fig. 38 : (Plans 3, 4) extraits de la « promo » (51) de la playlist, série *Opinion... et opinion opposée*

Ben Ali : Pas de présidence à vie. (Plan 3).

Moubarak : Je n'avais pas l'intention de me présenter à la prochaine élection présidentielle. (Plan 4).

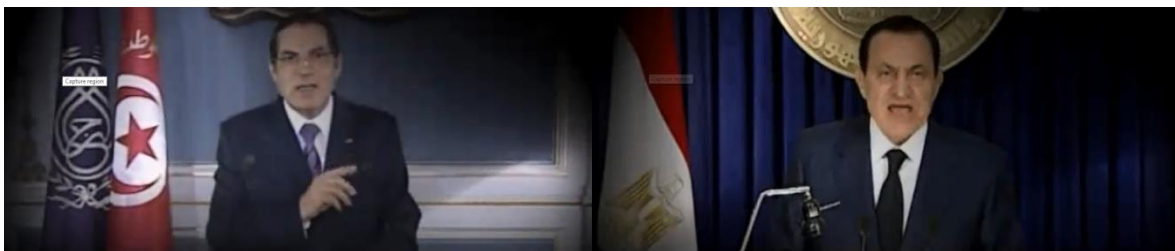


Fig. 39 : (Plans 5, 6) extraits de la « promo » (51) de la playlist, série *Opinion... et opinion opposée*

Ben Ali : Vive la Tunisie. (Plan 5).

Moubarak : Vive l'Égypte. (Plan 6).

L'alternance des différents plans établit une analogie qui souligne la dérision des deux discours politiques et présente les personnages politiques comme des personnages burlesques et anti-héroïques qui se ridiculisent en répétant le même discours. En même temps, la bande-son mélancolique à débit répétitif qui traverse les deux discours présente les deux hommes comme des spectateurs impuissants, enfermés dans leur propre discours, séparés du monde qui les entoure par une sorte de barrière mentale.



Le détournement énonciatif se pratique à travers une *voix parasite*, un intrus mystérieux qui utilise la musique pour insuffler son message. Au moyen de la *voix off*, la voix de l'autorité narrative transparaît dans toute la « *promo* » : elle n'est pas un simple témoin de l'histoire mais elle est un joueur ingénieux qui se déguise et fait soudain entendre sa voix pirate pour s'introduire dans la vidéo. L'originalité consiste précisément dans le statut « illégitime » de cette présence. L'autorité narrative ou l'auteur produit une image de soi dans son œuvre. La voix parasite a pour fonction d'imposer la présence de l'auteur dans l'œuvre, une présence transgressive qui se fait au détriment des héros de la vidéo.

Au moyen de la musique, la voix auctoriale passe à l'acte, elle ne se contente plus de narrer mais elle ouvre dans le récit un autre univers, celui d'un conteur malicieux qui se dévoile progressivement mettant en garde le spectateur contre la diplomatie politique. Cependant, la fin ouverte se présente comme un petit échappatoire sous-entendant le déclin de cette autorité narrative.

Toutefois, la transgression ultime réside dans la construction de la « *promo* » en fragments qui transgressent l'ordre chronologique et inscrivent les différentes instances narratives sur la même page du temps. Ces transgressions multiples font tomber un des masques de l'auteur, elles remettent en question le statut d'auteur distancié et dévoilent le statut d'un auteur impliqué. C'est ainsi que les jeux phonétiques et les hybridités linguistiques créent un effet comique. Cet effet intervient pour atténuer les transgressions morales et esthétiques produites par le narrateur permettant au spectateur d'y répondre par la violence du rire.

Cette voix transgressive rend la lecture différente : il ne s'agit plus de l'auteur comme divinité supérieure, solitaire et absente, mais d'un demi-dieu qui se révèle dans ses œuvres sous différents déguisements. L'idée de l'auteur en tant que divinité invisible et impersonnelle est réfutée dans les « *promos* ». *Al Jazeera* en tant qu'autorité narrative ne cherche pas à se camoufler pour le grand plaisir du spectateur, la chaîne préfère se positionner en complice et témoin dissimulé sous différents masques. Elle dépose son empreinte dans ses œuvres et devient presque une figure d'historien, dotée d'une voix parasite qui rappelle la présence constante de l'auteur.

## 5. Derrière les Voix off : des stars d'*Al Jazeera*

Dans les « *promos* », *Al Jazeera* raconte des histoires, partage un regard, fait entendre des voix. Elle adopte plus ou moins une relation distanciée par rapport à l'univers représenté. Jusqu'alors, sa

présence dans les « *promos* » est vue comme un geste abstrait qui assigne à la chaîne la place d'un témoin par rapport aux histoires racontées. Cependant, si la présence de l'autorité narrative dans les « *promos* » s'incarne métaphoriquement, elle s'incarne avant tout physiquement de sorte qu'elle se dote non seulement d'une voix, mais aussi d'un corps et d'un visage.

C'est autour d'un ou des personnages que s'établit une « *promo* », c'est au travers des actes, des comportements, des paroles des personnages que le spectateur constitue un savoir sur le monde représenté. Cette représentation dépend à la fois du rôle que jouent les personnages dans la « *promo* », de la nature des interactions qu'ils suscitent et de la façon dont ils les incarnent.<sup>218</sup> Dans les « *promos* », la présence physique de la chaîne s'incarne dans les stars d'*Al Jazeera*, que ce soit un présentateur du journal télévisé, un reporter ou même un caméraman. Ces trois figures journalistiques et l'image médiatique dont ils sont porteurs ont une grande influence sur les représentations que le spectateur se fait de l'identité de la chaîne.

A travers une analyse sémio-narratologique des « *promos* », nous distinguons trois fonctions assimilées à ces personnages. Dans un premier temps, ils jouent le rôle de médiateurs, ils transmettent un savoir, véhiculent un point de vue. Dans les « *promos* », cette présence est métonymique, elle s'incarne dans le micro d'*Al Jazeera* qui traverse toutes les « *promos* » insinuant la présence physique des reporters de la chaîne sur le terrain.



Fig.40 : extraits des « *promos* » (32), (48) de la playlist, séries *Guerre sur Gaza* et *La Libye, effondrement du mur du silence*

Ce micro mobile rappelle constamment la présence de la chaîne sur la scène des événements. Or l'absence du reporter qui demeure hors-champs et la focalisation sur le micro témoigne de cette volonté de la chaîne de maintenir une distance par rapport aux points de vue présentés.

<sup>218</sup> Pierre BEYLOT, *Le récit audiovisuel*, Armand Colin Cinéma, Paris, 2005, p. 200.

En d'autres mots, la mise en tension entre le visible (le micro) et l'invisible (le reporter) s'opère à la fois au profit d'une délégation de la parole et d'une neutralité journalistique. Cependant, cette présence neutre permet à *Al Jazeera* de devenir un personnage, un acteur. Dans de nombreuses « *promos* », la figure auctoriale descend dans le théâtre des événements et devient un narrateur et un responsable des configurations visuelles des événements. À titre d'exemple, la « *promo* » (75) de la série *Opinion... et opinion opposée* s'ouvre sur la voix d'une des stars du Journal télévisé d'*Al Jazeera* qui annonce : « Mohamed Bouazizi est parti mais il a allumé le feu de la révolution. »



Fig.41 : (Plans 1, 2) extraits de la « *promo* » (75) de la playlist, série *Opinion... et opinion opposée*

La voix narrative apparaît par nécessité communicationnelle, elle apporte une touche de réel à l'histoire transformée en bande dessinée. Cette voix commente cet album d'images et dirige notre attention sur tel ou tel détail, elle est donc un montreur chargé de raconter au spectateur la complexité de l'événement. Le narrateur ici est une voix connue et non pas abstraite. Ainsi, le spectateur n'a plus besoin de fabriquer un narrateur imaginaire, il peut facilement établir une relation entre le narrateur et le narré, car l'énonciation devient un processus où se dévoile petit à petit la position du narrateur. En même temps, cette voix qui dévoile l'identité de son porteur et qui dérobe son visage au regard du spectateur renvoie explicitement à la figure de l'autorité narrative. Ce jeu de dévoilement de l'auteur incarné par la voix d'un agent de la chaîne montre la volonté auctoriale d'entrer dans la fiction, de faire partie de la mémoire de l'événement, de laisser son empreinte et de rappeler qu'elle était parmi les premières chaînes à couvrir les révolutions malgré des conditions de travail hostile.

Dans la « *promo* » (44) de la série *L'Egypte... triomphe du peuple*, cette même voix narratrice fait sa grande entrée en chair et en os dans le récit, elle se dote d'un corps et d'un visage, elle a un statut institutionnel. Cette présence physique permet au spectateur de se lancer dans un jeu d'écho. Sans doute, c'est elle la narratrice de la « *promo* » précédente. Puisque le jeu d'identification des

voix a pris fin, cette voix se dédouble et donne à voir et à entendre un autre présentateur du JT qui partage avec la première la tâche de la narration.



Fig.42 : (Plans 1, 2) de la « promo » (44) de la playlist,  
série *L’Egypte... triomphe du peuple*

Petit à petit, la voix auctoriale se glisse dans les « promos », prend possession de l’œuvre et revendique sa responsabilité énonciative. Cependant, on ne peut marquer son empreinte dans l’histoire sans encourir le risque de dévoilement. Si les « promos » sont produites par des narrateurs qui renvoient à l’identité auctoriale, cela permet alors d’applaudir comme de condamner le texte et son auteur.

Si jusqu’ici, les vedettes d’*Al Jazeera* occupent une place secondaire dans les « promos » et se chargent parfois de la narration, dans la « promo » (65) de la série *Couverture continue*, les stars d’*Al Jazeera* deviennent les héros de la « promo ». Nous assistons ici à une prolifération abusive des personnages du JT liés entre eux par les récits du printemps arabe.

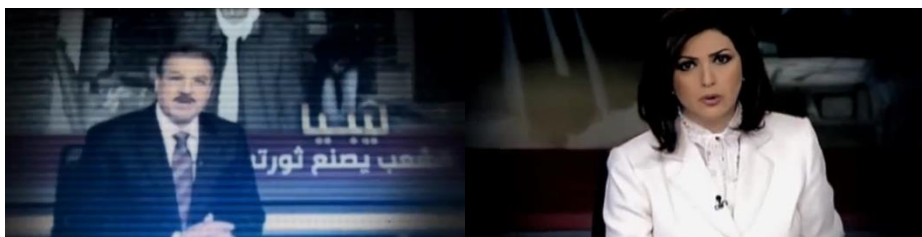
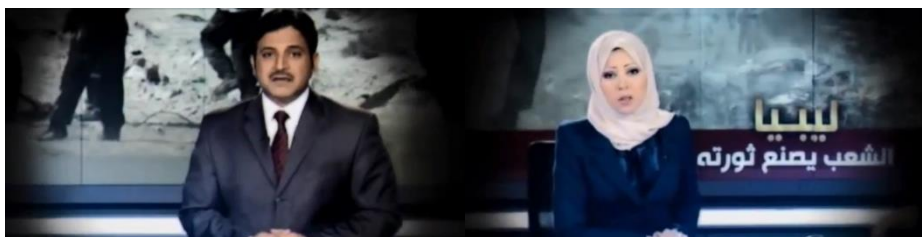




Fig.43 : extraits de la « *promo* » (65) de la playlist,  
série *Couverture continue*

La succession des plans qui font voir et entendre des morceaux de plusieurs JT oblige à suivre les réseaux de causalité entre les différents événements.

Des extraits de plusieurs JT sont rassemblés de manière à faire voir dans les présentateurs des narrateurs qui racontent successivement un morceau d'un grand récit. Cependant, ces présentateurs/narrateurs ne relatent pas des informations parcellaires, mais ils racontent des faits dans un style qui se rapproche d'un feuilleton. Ici, le discours du JT ne fonctionne pas sur le principe d'expliquer les faits du monde d'une manière discontinue, mais il s'agit d'établir des rapports, des similitudes et des relations causales entre les sujets traités. Cela assure une cohérence narrative à l'ensemble du JT.

À l'inverse d'un JT typique, ici les frontières spatiotemporelles des faits ne sont plus cloisonnées mais plutôt fusionnelles. La fictionalisation du JT permet de le présenter comme un lieu qui fait réconcilier les faits du monde par le dialogue et au moyen de la narration. En même temps, narrativiser le discours du JT changerait certainement la manière dont le téléspectateur concevrait les actualités du monde. La création d'un discours qui ne sépare pas mais qui réunit permettrait à chacun de se reconnaître dans plusieurs faits, voire dans plusieurs récits. Au lieu de s'intéresser uniquement à des nouvelles de proximité susceptibles d'apporter des réponses partielles, le téléspectateur pourrait trouver dans les faits du monde entier des explications plus logiques et plus satisfaisantes à ses questions.

La mise en avant des stars d'*Al Jazeera* produit un effet de profusion qui permet au spectateur de construire peu à peu une image de l'auteur et de son projet énonciatif.

Ce projet qui fait de l'auteur une partie prenante des événements qu'il transmet fait écho au principe de l'énonciation développé par François Jost. Pour lui, l'énonciation « *n'a de sens que pour une pensée anthropomorphisante, pour autant qu'il renvoie à une instance humaine, située à l'extérieur du roman ou du film et responsable du discours narratif*<sup>219</sup> ».

Accéder à la compréhension d'une œuvre est inséparable de la construction préalable d'une image de l'auteur. Il ne s'agit pas de réduire l'expérience spectatorielle aux intentions de l'auteur, mais de reconstruire cette intentionnalité en se fondant sur une meilleure connaissance de l'auteur et de son contexte.<sup>220</sup> En entrant en relation dialogique avec l'auteur, le spectateur dégagera les forces constituantes de l'œuvre présentée et accédera davantage au sens de celle-ci.

Mais l'aspect le plus controversée consiste dans la transformation de l'autorité narrative en héros révolutionnaire. Ce héros est cette fois un personnage évolutif qui interagit et se transforme, il entre en relation antagoniste avec d'autres personnages, développe l'intrigue et co-construit la « *promo* ».

La promo (42) de la série *La couverture continue* est un exemple de la transformation d'*Al Jazeera* en héros de la révolution égyptienne de 2011. En effet, cette « *promo* » fait entendre la réaction de quelques égyptiens suite à la chute du régime Moubarak, parmi lesquels nous entendons la fille d'un grand poète égyptien<sup>221</sup> et une des figures emblématiques de la révolution égyptienne qui, d'un ton enthousiaste, remercie *Al Jazeera* pour le soutien qu'elle a apporté à la révolution égyptienne.

La reconnaissance du rôle d'*Al Jazeera* dans les transitions démocratiques dans le monde arabe avait été inaugurée dans la « *promo* » (41). Dans cet épisode de la série *L'Égypte... triomphe du peuple*, on voit dans un plan rapproché des manifestants de la place Tahrir portant un drap blanc s'étendant hors-champs et sur lequel est dessiné le logotype de la chaîne.

---

<sup>219</sup> François JOST, *Un monde à notre image – Énonciation, Cinéma, Télévision*, Paris, Méridiens-Klincksieck, 1992, pp. 31-66.

<sup>220</sup> Pierre BEYLOT, *Le récit audiovisuel*, op. cit, p. 80.

<sup>221</sup> Ahmed Fouad Negm est un poète égyptien connu pour ses poèmes révolutionnaires et ses vives critiques contre les présidents égyptiens et les chefs arabes.



Fig. 44 : extraits des « promos » (41), (48) de la playlist, séries  
*L’Egypte... triomphe du peuple* et *La Libye, effondrement du mur du silence*

Pareillement, dans les « promos » (47), (48) de la série *La Libye, effondrement du mur du silence*, l’œil accroche des écrans gigantesques installés dans la rue permettant aux libyens de suivre en direct les discours de Kadhafi diffusés sur *Al Jazeera*. On se demande alors quel est le rôle joué par *Al Jazeera* dans les révolutions arabes, et ce qui lui a permis de devenir un acteur principal et même un héros des « promos ».

En effet, depuis la création d’*Al Jazeera*, la chaîne qatarie occupe l’avant-scène quant à la couverture d’événements politiques dans le monde arabe. Durant les révolutions en Tunisie et en Egypte, la chaîne est même passée pour l’unique partenaire des manifestants dans leur mobilisation pour la démocratie. Cependant, cela ne suffit pas pour expliquer l’héroïsation de la chaîne.

Un héros est un personnage réel ou fictif dont les hauts faits valent qu’on chante son geste. Pendant la révolution égyptienne, la diffusion d’*Al Jazeera* a été bloquée sur Nilesat et la chaîne a été obligée d’émettre sur d’autres satellites afin de maintenir sa couverture médiatique exclusive des révoltes en Egypte. Suite à cette censure appliquée sur *Al Jazeera*, la chaîne a été obligée de prendre des risques et de faire appel à des vidéos amateurs prises par des téléphones portables pour couvrir l’actualité. Ces attaques qu’a subies la chaîne pour couvrir les révolutions arabes ont transformé *Al Jazeera* en complice, en héros, dans la lutte pour la démocratie.

Les histoires de l’héroïsation d’*Al Jazeera* se poursuivent avec les promos (6) et (10) de la série *La couverture continue*. Cette fois, les héros des « promos » sont les reporters et les correspondants d’*Al Jazeera*. Ici, ils se présentent comme des héros collectifs, non pas parce qu’ils couvrent les événements de la guerre sur Gaza, mais parce qu’ils sont devenus des acteurs d’actions agissant ensemble dans un but commun. Pour que cette héroïsation prenne sa forme, un malheur provisoire est nécessaire.

La « *promo* » (6) est prédominée par les figures de correspondants d'*Al Jazeera* déployés dans plusieurs villes pour couvrir à chaud les événements (plan 1). On peut les considérer comme des narrateurs externes de l'histoire. Les plans se succèdent et donnent à voir et à entendre un récit chronologique de l'évolution des faits et des retombées de la guerre aux niveaux national et international (plan 2).



Fig. 45 : (Plans 1, 2, 3) extraits de la « *promo* » (6) de la playlist, série *La couverture continue*

Puis, dans un plan rapproché, s'opère un basculement narratif, la parole est donnée à une des stars du JT qui annonce le fait suivant : un correspondant d'*Al Jazeera* a été harcelé par la police alors qu'il couvrait les événements. Ce fait est soutenu par des images qui montrent le correspondant en état de colère à cause de l'agression (Plan 4, 5). Ce détournement narratif transforme subitement le narrateur en narré qui descend tout d'un coup de son piédestal, transgresse les règles du jeu et entre dans les faits, il perd ainsi son masque et devient un personnage de l'histoire de la guerre.



Fig. 46 : (Plans 4, 5) extraits de la « *promo* » (6) de la playlist, série *Couverture continue*



Ce même scénario se reproduit dans la promo (10). Mais cette fois, le correspondant narrateur raconte lui-même le harcèlement qu'il subit en exerçant son métier. On note à ce propos que dans les moments d'exposition, les acteurs d'*Al Jazeera* se nomment, se désignent et même se décrivent.

Ces petits récits fragmentés transforment le correspondant narrateur en héros pour l'histoire et pour la vérité. En anoblissant la figure du correspondant, en dévoilant le visage d'un personnage engagé et combattant, l'auteur tisse une relation familière et inédite avec le spectateur. Le correspondant qui est toujours vu comme un personnage neutre et distant devient un personnage familier et reconnaissable.

Nous assistons ainsi à un processus de typification qui se fonde sur les principes de distinction et de familiarisation : ces traits spécifiques attribués au correspondant - incompatibles avec les valeurs revendiquées par le journalisme européen - servent finalement à construire une identité propre à la chaîne *Al Jazeera*. L'ultime procédé d'héroïsation tient dans la promo (57), la seule sans titre. Cette « *promo* » s'ouvre sur un plan en noir et blanc qui donne à voir et à entendre un extrait d'un JT dans lequel le présentateur déplore la mort du directeur de la photographie d'*Al Jazeera*, tué dans une embuscade en Libye. S'enchaînent par la suite dans un récit rétroactif des plans venant d'un temps révolu et qui font remonter le disparu devant la caméra.

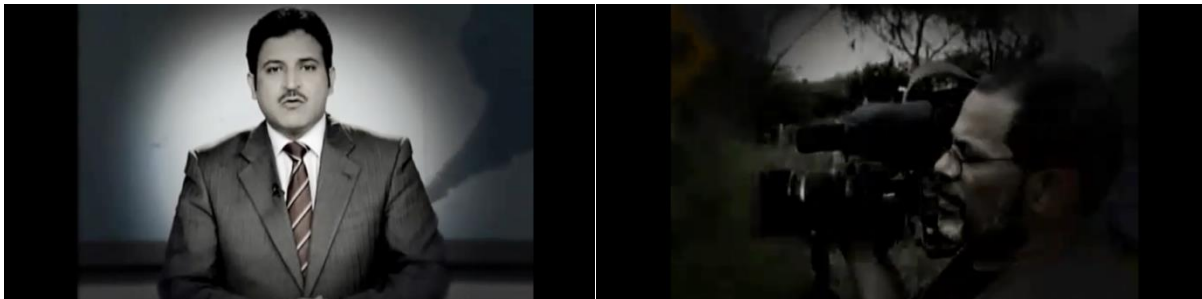


Fig. 47 : (Plans 1, 2) extraits de la « *promo* » (57) de la playlist

Le récit rétroactif fait accéder le spectateur aux coulisses d'*Al Jazeera*, à l'invisible, il fait voir dans une vision floue l'homme à la caméra. Puis, dans un plan encore plus flou, apparaît la foule portant des pancartes rendant hommage au cameraman, transformé en héros de la révolution libyenne. S'ensuit dans un plan inhabituel un cameraman muni de son appareil regardant la caméra et s'adresse au public en disant : La caméra d'*Al Jazeera* transmet les faits avec justesse. Dans cette scène extraordinaire, le cameraman sort de son silence et communique non pas visuellement mais verbalement.

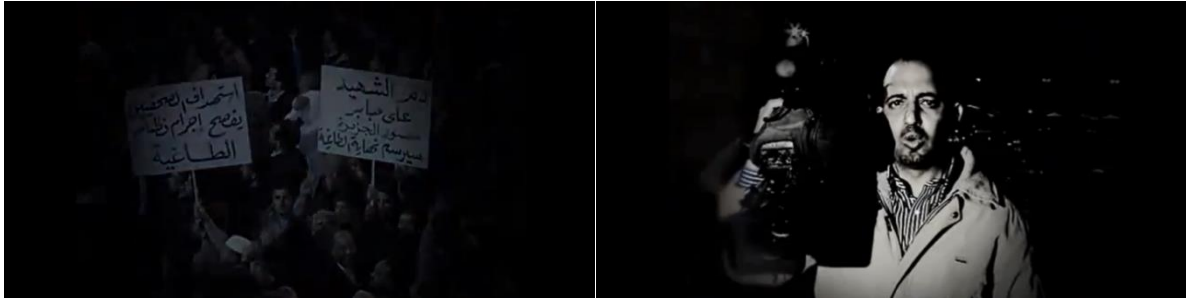


Fig. 48 : (Plans 3, 4) extraits de la « promo » (57) de la playlist

Ensuite, dans un plan rapproché, apparaît au centre la caméra mais sans le cameraman. Cette image de l'objet inanimé annonce la scène suivante. Dans un plan en couleur qui dessine une ambiance lourde d'émotion apparaît un cercueil recouvert du drapeau libyen et porté par la foule. Cette scène évoque visiblement les funérailles du cameraman.



Fig. 49 : (Plans 5, 6) extraits de la « promo » (57) de la playlist

Finalement, la « promo » se ferme sur deux plans : le premier est un plan d'ensemble où se voit inscrit sur une grande pancarte blanche : « *ici et maintenant, les sangs se mêlent et les identités s'emmêlent* ». Le deuxième est un plan général qui fait voir au centre le logo d'*Al Jazeera* ayant perdu sa couleur dorée ainsi que ses paroles. Ces deux plans sont accompagnés d'une *voix off* qui s'entremêle aux images et qui fait entendre : *Vive Al Jazeera*.



Fig. 50 : (Plans 7, 8) extraits de la « promo » (57) de la playlist

La « promo » s’articule autour de deux récits : un macro récit qui est celui de la révolution libyenne et un micro récit, celui de la mort d’un cameraman d’*Al Jazeera*. Dans cet ensemble s’imbriquent les deux récits par le recours au procédé narratif de l’analepse. Gérard Genette définit ainsi ce modèle structural de l’expansion d’un récit : « ... insertion d’un ou plusieurs récits seconds à l’intérieur du récit premier. Second est à prendre ici non pas du point de vue d’une hiérarchie d’importance, car un récit second peut fort bien être le plus long et/ou le plus essentiel<sup>222</sup> ».

Le personnage du cameraman autour duquel s’articule tout le récit secondaire s’insère dans le premier récit et impose un retour au passé. Ce retour dévoile non seulement le visage du cameraman mais aussi le visage terrible de la guerre. C’est ainsi que l’éclatement de la narration mobilise un réseau de voix qui se relaient pour raconter et se raconter. La voix du présentateur du JT cède la place à celle d’un cameraman et cette dernière donne la parole au peuple.

Il se trouve que la narration de l’histoire se trouve rythmée par une bande-son au ralenti. Cela entraîne trois conséquences : d’abord, le déroulement des événements du récit premier se trouve considérablement ralenti. Ensuite, les plans temporellement différents se développent dans le même cadre spatiotemporel. Finalement, des récits secondaires tels que l’histoire d’un cameraman acquièrent de l’épaisseur et se trouvent ancrés dans un grand récit.

Genette souligne l’importance de ces récits secondaires : « *L’amplification par développement est une simple expansion du récit. Elle consiste à le gonfler en quelque sorte de l’intérieur en exploitant ses lacunes, en diluant sa matière et en multipliant ses détails et ses circonstances. Dans l’absolu, ce procédé est à lui seul d’un rendement indéfini et l’on a l’exemple de Joyce pour savoir qu’une action de vingt-quatre heures (...) peut donner prétexte à une œuvre de grande*

<sup>222</sup> Gérard GENETTE, *Figures II*, éd. du Seuil, coll. Points, 1969, p. 201.

*envergure*<sup>223</sup> ». Ce qu'il faut noter ici, c'est que l'amplification par le micro récit représente pour l'autorité narrative une opportunité exceptionnelle. Le récit du cameraman donne de la matière au récit principal, il permet de raconter l'histoire autrement, de l'envisager non pas d'un point de vue macro historique, mais d'un point de vue évènementiel et extrêmement humain.

Quant à l'unité spatiotemporelle, elle donne aux quêtes indépendantes une valeur collective. Le récit secondaire se greffe dans le récit premier pour présenter non seulement le parcours tragique d'un cameraman, mais aussi par extension celui du combattant. Le procédé narratif de son imbrication se fait par le recours classique aux analepses. La séquence narrative se structure selon la logique suivante : des plans avant et des plans après l'événement décisif. Cela instaure une relation de cause à effet. Si l'insertion d'un récit mémoratif a pour fonction l'héroïsation d'un personnage et la sacralisation de sa mission, elle a aussi pour fonction d'imposer un temps réflexif sur l'histoire, sur la guerre et même sur le discours médiatique.

La « *promo* » (66) en est l'exemple concret. Cette « *promo* » ne ressemble pas tout à fait aux autres car elle est basée sur des « *images fabriquées*<sup>224</sup> », par opposition à d'autres promos basées sur des images réelles. Elle a aussi une forte valeur symbolique qui provient de sa forme qui ressemble cette fois à un jeu vidéo.

Le jeu vidéo est un média relativement jeune mais qui a vite su s'imposer, gagner de nouveaux publics et conquérir de nouveaux marchés. De ce fait, le recours à cette nouvelle forme d'expression culturelle s'inscrit dans le mouvement de la modernité. Par le biais de cette « *promo* » fictionnelle, l'auteur assume ouvertement l'influence de cet univers sur ses œuvres et sur sa façon de concevoir l'actualité.

À l'instar des « *promos* » qui empruntent aux techniques cinématographiques et à la bande dessinée, ce monde virtuel a également une forte tonalité narrative. La « *promo* » s'ouvre sur un fond noir qui fait apercevoir une date à fonction référentielle, cette date renvoie à la révolution libyenne commencée le 17 février 2011 à Benghazi, issue d'un mouvement de contestation populaire et assortie de revendications sociales et politiques. Outre cette fonction référentielle, cette date a une fonction contextuelle, elle inscrit l'univers du récit dans un contexte plus large, celui du « *Printemps arabe* ».

---

<sup>223</sup> Gérard GENETTE, *Ibid*, p. 196.

<sup>224</sup> Baptiste CAMPION et Benoît LAMBO, « Une lecture des images de synthèse : propriétés ontologiques et rapport au monde », *Communication*, n°2, 2002, pp. 29-46.

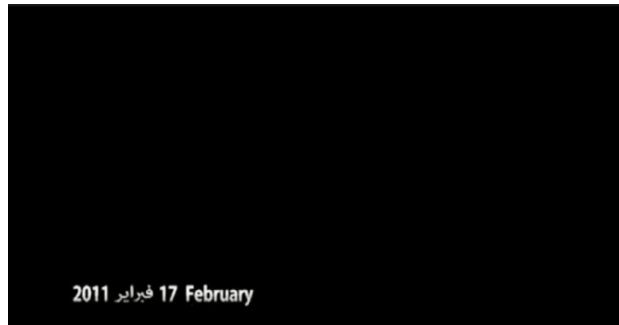


Fig. 51 : (Plan 1) extrait de la « *promo* » (66) de la playlist,  
série *Couverture continue*

Comme un jeu vidéo, la « *promo* » utilise des personnages jouables et non jouables : le premier type renvoie à un personnage caché et mobile qui doit accomplir une tâche particulière, notamment finir le jeu. Le deuxième type s'incarne dans des personnages ennemis avec qui le personnage jouable entre constamment en contact. À partir de cette définition de l'univers du jeu vidéo, cette « *promo* » virtuelle incarne l'éternel combat entre le bien et le mal. La distribution des rôles selon cette optique impose un changement au niveau de la focalisation. D'abord, la focalisation externe donne une vue extérieure qui contextualise l'univers du récit, et en même temps elle permet de jouer sur des « *effets de vision synoptique*<sup>225</sup> ». À l'image, la ville de Benghazi, ce lieu de la fiction, est ici perçue comme un berceau qui permet de visualiser la conception des ambiances sonores.



Fig. 52 : (Plan 2) extrait de la « *promo* » (66) de la playlist,  
série *Couverture continue*

---

<sup>225</sup> Pierre FASTREZ et Baptiste CAMPION, « L'Hybridation BD/ jeu vidéo : émulsion impossible ? », *Hermès* n°54, Paris, 2009, p. 117.

L'ambiance de base est composée de l'alternance de cinq sonorisations : sirènes d'ambulance, vagues de manifestations, bombardiers, expulsions, tirs de snipers. Cette ambiance de guerre augmente l'objectivité ressentie envers le héros et crée une distance vis-à-vis des antagonistes.



Fig. 53: (Plans 3, 4, 5, 6, 7) extraits de la « promo » (66) de la playlist, série *Couverture continue*

La focalisation interne place le joueur représentant le bien au cœur de l'action, ce qui lui permet d'avoir une relation privilégiée avec le spectateur. Dans la « promo », cette relation s'établit par un jeu sur les effets sonores : son des pas du personnage, disparition du son des pas, onomatopées exprimant la mort du personnage, son des pas différents.

Ces effets sonores sont soutenus par un jeu sur les effets visuels : cadre agité simulant une course, cadre stabilisé signifiant l'arrêt de la course, une caméra tombe sur un terrain ensanglanté désignant la mort du personnage, reprise de la course. Les effets spéciaux permettent au spectateur de ressentir et d'interagir avec ce personnage. Il s'agit d'un processus de dévoilement qui fait accéder progressivement à l'univers de ce personnage pour en dessiner les traits. Ces effets dévoilent le récit d'un cameraman qui court à droite et à gauche avec sa caméra en main essayant de se protéger des flux du bombardement. Touché par un sniper, il tombe par terre et meurt.



Fig. 54 : (Plans 8, 9) extraits de la « promo » (66) de la playlist,  
série *Couverture continue*

Enfin, dans un geste vif, un autre personnage reprend la caméra et continue sur le même chemin. Ce dernier plan fait apercevoir un élément du passé, il fait voir le premier drapeau de la Libye en tant qu'État indépendant, hissé dès le début de la révolte par les manifestants durant la guerre civile libyenne de 2011. Ce drapeau qui fait penser à l'indépendance de 1951 est devenu aujourd'hui le drapeau officiel du pays.

Nous assistons, avec ce symbole du passé, à une image métaphorique qui fait aligner deux actions : la reprise de la caméra et la reprise de l'ancien drapeau. Ces deux gestes humains symbolisent la continuité de la lutte, et par extension la continuité de la fiction. Certes, le personnage derrière la caméra cache son visage au spectateur, mais il dévoile déjà l'esprit d'un révolutionnaire, d'un héros qui transgresse les normes du jeu pour confirmer sa propre identité. Si la représentation de la violence joue un rôle essentiel dans l'économie discursive de la chaîne, elle permet avant tout de promouvoir une figure symbolique qui y occupe une place de premier plan : « celle du journaliste combattant et martyr<sup>226</sup> ».

L'héroïsation de la figure du journaliste inscrit ce personnage dans une dimension symbolique. Il se présente ainsi comme porteur d'un message qui dépasse son sort personnel et qui renvoie à des histoires particulières. Ces récits à identité singulière s'inscrivent toujours dans une dimension universelle, celle qui glorifie la lutte pour la liberté et pour la vérité.

<sup>226</sup> Claire-Gabrielle TALON, *Al Jazeera. Liberté d'expression et pétromonarchie*, op. cit., pp. 204-205.

**Partie III : Médiactivisme, archive et identité numérique. Une étude  
sémiotique du site participatif *Sharek***



## Montrer, raconter et combattre par les témoignages de *Sharek*

« *Le peuple veut la chute du régime* ». Aux résonnances de ce cri massif et collectif s'ouvre une vidéo courte de 24 secondes, que l'on trouve sur le site Internet *Sharek*. Les images, peu stables et floues, montrent une vue d'ensemble où des centaines de manifestants sont réunis près d'Idlip, dans la ville de Sarmin, au nord de la Syrie, pour réclamer le départ du régime de Bashar al-Assad. On ne connaît pas l'auteur de la vidéo, on ne le voit pas, mais on entend sa voix, mêlée au cri des manifestants, annoncer au début de la séquence « *la ville de Sarmin soutient la ville de Dar'a* ». Situer l'événement dans son contexte spatial et temporel de cette manière est devenu une empreinte sonore commune, que l'on trouve dans presque toutes les vidéos amateurs sur la crise syrienne de 2011.

Cette vidéo date du 22 juillet 2011, au début du soulèvement populaire en Syrie. Aujourd'hui, cette scène des rassemblements pacifiques des syriens ne se produirait plus, elle a été remplacée par des groupes armés qui se battent entre eux. Les bombardements et les combats en cours en Syrie font presque oublier que la situation n'était pas toujours ainsi auparavant. Cette courte vidéo, mise en ligne il y a cinq ans, et qui rappelle le début pacifique de la révolte des syriens en 2011, peut laisser une impression de nostalgie.

### Titre de la vidéo :

Idlip – Sarmin, le vendredi  
22-07-2011, le peuple veut  
la chute du régime.



Fig. 1 capturé d'écran d'une vidéo amateur sur *Sharek*

Les révolutions arabes ont posé à nouveau, et continuent de poser, la question de l'espace public et des médiactivistes. Les informations, les débats télévisés et les manifestations ont donné l'impression qu'il existait une opinion unanime, soutenant les révolutions de 2011, et que

les rues constituaient un espace public alternatif dans des sociétés soumises à des régimes autoritaires. Des rues témoins de la transformation du spectateur arabe en acteur. En même temps, ce « *spect-acteur* », présent au cœur des événements, est devenu producteur de sons et d'images pour transmettre ce qu'il voit et entend.

Le recours à l'analyse sémiotique de l'interface du site nous permettra de visualiser l'impact de certains éléments sur le comportement des utilisateurs. Ici, il est question de savoir de quelle manière *Al Jazeera* mobilise des signes scripto-audio-visuels pour faire participer son public dans l'alimentation du site. Comment ces signes participent-ils à la création d'un sentiment d'urgence chez les utilisateurs ? De quelle façon la valorisation de l'activité des utilisateurs les incite-t-il à nourrir continuellement le contenu du site ?

Afin d'exister dans la communauté *Sharek*, le participant doit se soumettre aux règles du jeu. Non seulement il a l'obligation de se livrer à l'urgence, mais il se trouve contraint d'agir d'une façon autonome. Pour Fanny George, chercheuse à l'Université Sorbonne Nouvelle Paris 3, la présence virtuelle est conditionnée par la capacité à agir: « *A l'écran, il est nécessaire que la personne prenne existence : si elle n'agit pas, elle est invisible pour un autre. La saisie d'informations l'inscrit dans le monde virtuel et conditionne la construction identitaire.* <sup>227</sup> »

À la lumière de ces explications, on se demande comment l'interface numérique de *Sharek* participe à la création de l'identité agissante. Quelles sont les forces inhérentes au site d'*Al Jazeera* qui le transforment en espace de dépôt de témoignages ? Quels sont les récits concernés ? Qui sont les participants de *Sharek* ?

Les traces, transmises par des empreintes scripturales, sonores, et visuelles, constituent l'identité numérique de l'auteur. D'après le chercheur Olivier Ertzscheid, l'identité numérique est : « *la collection des traces (écrits, contenus audio ou vidéo, messages sur des forums, identifiants de connexion...) que nous laissons derrière nous, consciemment ou inconsciemment, au fil de nos*

---

<sup>227</sup> Fanny GEORGES. « Les composantes de l'identité dans le web 2.0, une étude sémiotique et statistique », *Communication* au 76<sup>e</sup> congrès de l'ACFAS: Web participatif: mutation de la communication ?, 6 et 7 mai 2008, Centre des congrès, Québec., May 2008, Québec, Canada. p.2, 2008.

*navigations sur le réseau et le reflet de cet ensemble de traces, tel qu'il apparaît « remixé » par les moteurs de recherche.*<sup>228</sup>»

En effet, les témoignages de la plateforme sont constitués d'images ou de vidéos capturées dans les conditions du réel, presque sans retouche. Ces contributions médiatiques à l'état quasi brut apportent une valeur ajoutée inestimable. Ils informent non seulement sur l'évènement, mais aussi sur l'auteur témoin et sur les conditions de prise de vue. En effet, même si l'auteur n'apparaît pas physiquement dans son témoignage, les nombreuses traces qu'il y laisse permettent de ressentir sa présence.

---

<sup>228</sup> Olivier ERTZSCGEID, *E-réputation, identités numériques : enjeux, outils, méthodologies*. in Slideshare [En ligne]. San Francisco: Slideshare, 5 mai 2010, p.15, in [http://www.slideshare.net/olivier/identite-numerique-3973604?from=ss\\_embed](http://www.slideshare.net/olivier/identite-numerique-3973604?from=ss_embed) >.

*« We aim to be a voice to the voiceless,  
and empowering people on the streets or  
anywhere in the world to voice  
their own stories is what we try to do. »<sup>229</sup>*

Riyad MINTY, responsable des réseaux sociaux chez *Al Jazeera*

## **A. *Sharek* : dispositif d'accueil des contributions amateurs**

Avec *Sharek*, *Al Jazeera* a élaboré un dispositif de réception des contributions amateurs, un lieu de dépôt conçu pour les témoins et leurs témoignages. À travers ce site, *Al Jazeera* a donné au public arabe les moyens et les outils de participer à la diffusion de l'information. Quelles est la stratégie de communication, menée par *Al Jazeera* sur sa plateforme participative *Sharek*, qui a permis de susciter une implication croissante des amateurs ? Quelle est la motivation qui pousse les participants à créer un contenu médiatique qui circule et s'échange sur le web, qu'il s'agisse de photos ou de vidéos ? Nous essayerons d'analyser sémiotiquement les enjeux organisationnels, culturels et sociaux que la plateforme *Sharek* mobilise pour favoriser la participation des citoyens, et normaliser les pratiques des amateurs dans cet univers numérique.

### I. Al Jazeera : la stratégie de Robin des bois

À la façon de Robin des bois, l'initiative d'*Al Jazeera* est tournée vers un projet à contre-courant. Ce projet vise à bâtir un espace d'information alternatif, voire un espace de contre-information par rapports aux médias dits traditionnels. À l'instar du hors-la-loi, le plus populaire d'Angleterre, qui tentait d'aider les plus démunis, *Al Jazeera* veut également alimenter l'imaginaire d'une possible révolution ; une révolution dans l'information, dont le héros serait l'amateur. En effet, pour

---

<sup>229</sup> « Notre objectif est de devenir une voix pour ceux qui en sont dépossédés ; donner les moyens aux gens dans les rues ou n'importe où dans le monde d'enregistrer leurs propres histoires est ce que nous essayons de faire. » Riyad MINTY. *Ibid.*

Antoine Hennion, directeur de recherches au Centre de sociologie de l'innovation de l'école des Mines de Paris, l'amateur n'est pas forcément un non-expert, il est avant tout un passionné de sa pratique, épris de son travail.<sup>230</sup> Pour ce sociologue, il faut considérer l'amateur dans sa relation à son objet d'attachement, il faut le voir « *non pas comme un producteur, mais un producteur de sa propre relation à l'objet, de l'attachement à ses pratiques* »<sup>231</sup>.

Cette vision de l'amateur passionné et impliqué est celle valorisée par *Sharek*. شارك...حيث مشاركتك (Participe où ta participation crée la différence) dit le slogan du site. Les amateurs sont invités à participer sur *Sharek*, non seulement parce l'objet de leur travail ou de leur passion est capable de créer une différence, mais aussi parce que ce travail sera valorisé, apprécié et considéré comme une participation nécessaire et légitime par et sur *Sharek*. C'est la promesse d'*Al Jazeera*, la promesse de *Sharek*.

La caractéristique recherchée ici est cette relation individuelle et spécifique entre l'amateur et son objet de travail. Cette relation permet aux contributions amateurs de prendre une valeur artisanale et de participer à une communauté de témoignage et de savoir qu'un public est présent. À l'inverse des œuvres médiatiques des agences, où s'estompent les traces de l'auteur dans les vidéos ou les images transmises et diffusées, la chaîne de télévision *Al Jazeera* détient un contenu original à présenter à ses téléspectateurs : des contributions amateurs vraies, personnelles, authentiques.

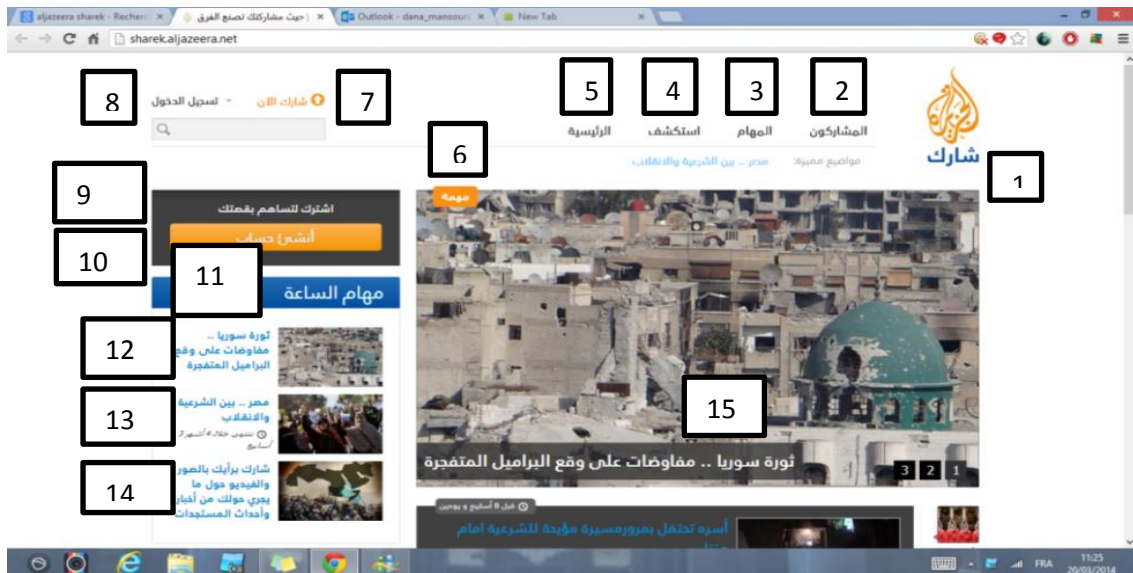
---

<sup>230</sup> Antoine HENNION, in « Le rôle des amateurs : Qu'est-ce qu'un amateur ? », publié par Hubert Guillaud, le 30/03/2011, in <http://www.internetactu.net/2011/03/30/le-role-des-amateurs-12-quest-ce-quun-amateur/>

<sup>231</sup> *Ibid*

## 1. Jouer sur la proximité : stratégie communicationnelle d'Al Jazeera

Lorsque l'internaute clique sur le lien du site Sharek.aljazeera.net, il tombe sur une page d'accueil comme celle-ci :



- |                     |                                 |   |
|---------------------|---------------------------------|---|
| 1. Sharek           | 6. Mission                      | 11. Missions actuelles  |
| 2. Les participants | 7. Participe maintenant         | 12. La révolution syrienne...négociation et explosions                    |
| 3. Les missions     | 8. S'inscrire                   | 13. L'Egypte – entre légitimité et coup d'Etat                            |
| 4. Découvre         | 9. Participe avec un témoignage | 14. Participe avec des images et vidéos sur ce qui se passe autour de toi |
| 5. Page principale  | 10. Créer un compte             | 15. La révolution syrienne .. négociations et bombardement                |

Fig.2 : capture d'écran de l'interface du site *Sharek*

À droite, en haut de la page, apparaît un logo jaune calligraphié en arabe : il permet une identification immédiate de l'autorité narrative par l'internaute. Il s'agit d'Al Jazeera, l'une des marques les plus connues sur la scène médiatique arabe, voire mondiale. En dessous apparaît le

mot شارك que nous traduisons par l'impératif du verbe « participer », conjugué à la deuxième personne du singulier.

Ce mot est dessiné en Naskh, une écriture arabe cursive simple caractérisée par sa grande lisibilité. Le choix du verbe « participer » et du temps injonctif est intéressant. En général, l'énoncé injonctif traduit un ordre, une interdiction, une prière ou, un conseil..., autrement dit l'injonction est toujours employée par le locuteur dans le but d'amener son interlocuteur à accomplir une action, à adopter une conduite particulière. On peut alors se demander : quelles sont les raisons pour lesquelles *Al Jazeera* a décidé de formuler une telle demande ?

Riyad Minty explique: « *In a lot of places, if you look into Libya or into Tunisia, at times we can't have reporters on the ground as extensively as we wanted to. Many times we were kicked out. Bahrain, too: We didn't have any reporters on the ground, so people were able to submit to us their own perspective of what happened. We were able to then verify this and make it onto the screen.* <sup>232</sup>»

Le destinataire du message est clairement un non-professionnel, une personne qui ne fait pas partie d'un cadre institutionnel. Les contributeurs recherchés sont donc des amateurs, des personnes anonymes qui participent non seulement à la production et à la diffusion de l'information, mais qui racontent des histoires dont ils ont été témoins par le biais d'images et de sons. Le contributeur est alors à la fois le narrateur et le narré, le racontant et le raconté.

Or, les images des témoins de *Sharek* portent plusieurs empreintes. Frédéric Lambert nous rappelle que « *l'image est une succession d'actes. D'abord les actes de celui qui la conçoit, la fabrique, la construit, l'invente, auteur individuel ou collectif. Puis les actes de celui qui la montre, lui donne sens dans l'espace public, lui assigne une fonction sociale, la canalise dans un espace institutionnel. Enfin les actes de celui qui la regarde, la modèle, la récupère, se l'approprie.* <sup>233</sup>»

---

<sup>232</sup> Riyad MINTY : « *Dans beaucoup d'endroits, comme dans le cas de la Libye ou de la Tunisie, on ne pouvait pas avoir de reporters sur place comme on l'aurait souhaité. Souvent, on a été renvoyé. A Bahreïn, ça été le cas aussi : on n'avait aucun reporter sur place, ainsi les gens ont eu la possibilité de nous donner leur propre perspective sur ce qui s'est passé. Puis, il nous a été possible de vérifier le contenu et de le diffuser par la suite.* » *Ibid.*

<sup>233</sup> Frédéric LAMBERT, « L'image en actes, l'engagement du regard et les conditions de ses interdits », in *Les interdits de l'image, 2e colloque international Icône image* éditions Obsidianes, 2006, p. 97

Dans le cadre du site *Sharek*, toutes les contributions sont les actes ou les empreintes d'une institution médiatique mondialement connue. *Sharek* n'est pas une marque qui fait ses premiers pas dans l'industrie de l'information. Malgré sa jeunesse, elle est imprégnée par l'héritage de la chaîne *Al Jazeera*.

## 2. La participation est une mission possible

*Sharek* est une plateforme conçue pour accueillir des images et des vidéos amateurs. Riyadh Minty confirme: «*As videos came in from Egypt, Bahrain, and Libya, the Al-Jazeera staff and the rest of the world experienced major events through the lenses of citizen journalists... The video we got of Gadhafi was a citizen video, the final video that showed that Gadhafi was killed; that was someone who recorded on a mobile device and gave it to us*<sup>234</sup>».

Certes, le statut d'amateur colle aux journalistes citoyens, et le manque de professionnalisme est souvent considéré comme l'une des limites du journalisme citoyen. Mais, c'est justement la touche d'amateurisme qui est valorisée ici sur le site *Sharek*. Si nous proposons d'étudier l'objectif, les composantes et la stratégie du site participatif *Sharek* en tant que portail pour les journalistes citoyens, c'est pour montrer les apports de l'amateurisme dans la création d'un regard critique sur l'image. Sur *Sharek*, la valorisation du rôle de l'amateur se fait à travers les « *missions* » auxquelles il est sollicité à participer. Les trois captures d'écran suivantes montrent trois missions qui se défilent constamment, à l'horizontal, sous les yeux de l'internaute.

---

<sup>234</sup> « Grâce aux vidéos reçues de l'Égypte, du Bahreïn et de la Libye, le personnel d'Al Jazeera et tout le monde a pu expérimenter des événements majeurs à travers les caméras de journalistes citoyens... La vidéo finale qui montre la mort d'al Gadhafi était une vidéo citoyenne qu'on a reçue de quelqu'un qui l'a enregistrée sur son téléphone portable. », Riyadh MINTY, *Ibid.*





### Titre de la mission (traduction)

غزة تقاوم.. العدوان الاسرائيلي على غزة

(Gaza résiste...l'offensive israélienne sur Gaza.)

### Description de l'image de la mission

Une fumée énorme qui emplit le ciel de Gaza suite à un bombardement



### Titre de la mission

مصر...بين الشرعية والانقلاب

(L'Egypte...entre légitimité et coup d'État)

### Description de l'image de la mission

Des manifestantes arborent le signe de Rabia avec les doigts. (Le signe de Rabia est arboré

par tous les sympathisants à la cause des Frères Musulmans, en souvenir de l'attaque meurtrière de la police du système militaire en place contre les Frères Musulmans. Il symbolise également le soutien aux victimes de la mosquée Rabaa Al-Adawiya.)



### Titre de la mission

ثورة سوريا .. مفاوضات على وقع البراميل المتفجرة

(La révolution syrienne, malgré les bombardements, les négociations continuent.)

### Description de l'image de la mission

Des bâtiments en ruine dont une mosquée.

Fig. 3 captures d'écran des missions sur *Sharek*

Avant d'aborder les composantes d'une mission sur *Sharek*, il convient de revenir un peu sur l'utilisation de ce mot qui a une forte connotation militaire. En effet, participer sur *Sharek*, c'est remplir une mission, mais avant d'aller plus loin dans l'analyse des missions, il convient ici d'étudier le sens du terme « *mission* ».

Le mot « *mission* » est emprunté au terme latin *missio* « *action d'envoyer* ». Une mission est donc toujours composée d'une thématique et d'une image. Pour mieux comprendre le processus de participation, nous avons créé un profil sur le site *Sharek*. Il suffit pour se faire de fournir son adresse e-mail et de choisir un mot de passe. Puis, le processus de participation est assez simple : choisir une mission, télécharger un contenu (un son, une image ou une vidéo). Ensuite, donner un titre au contenu téléchargé, et enfin cliquer sur « *participe* » pour l'envoyer. Voici les règles générales du jeu. Mais, en plus des trois missions, se rajoute une quatrième de nature ouverte :



### Titre de la mission

برأيك بالصور والفيديو حول ما يجري حولك من مستجدة

(Donne ton opinion à travers des photos ou des vidéos sur ce qui se passe autour de toi).

### Description de l'image de la mission

Une carte du monde arabe, en dessous duquel se dessine un tableau des manifestations populaires

Fig. 4 capture d'écran d'une mission sur Sharek

Cet exemple de la mission ouverte nous semble intéressant. L'image utilisée n'est pas anodine. En effet, avec cette mission se définissent à la fois les thématiques de la participation demandée, mais aussi le profil des destinataires. Il n'est pas question de témoigner sur ce qui se passe aux quatre coins du monde, mais : il s'agit ici de focaliser le regard sur les soulèvements populaires dans le monde arabe. Mais, pourquoi, solliciter uniquement des informations sous forme d'images et de sons ? Ce contenu va de pair avec ce que Serge Proulx appelle « *l'émergence d'une économie de la contribution* »<sup>235</sup>. Selon lui « *l'utilisateur d'une plateforme 2.0 – médias sociaux ou sites de réseaux sociaux – est d'abord un « producteur de contenu » (content producer) ...mais l'utilisateur est aussi, en même temps – qu'il le veuille ou non – un « fournisseur de données » (data provider)* »<sup>236</sup>. Sur le site Sharek, fournir des données visuelles, ou audio-visuelles, est une condition pour exister dans la communauté, car ce contenu constituera une gigantesque base de

<sup>235</sup> Serge PROULX, « La puissance d'agir des citoyens à l'ère numérique : cyberactivisme et nouvelles formes d'expressions politique en ligne », in *Le cyberactivisme au Maghreb et dans le monde arabe*, Sihem NAJAR.(dir.), IRMC-Karthala, Paris, 2013, p. 35

<sup>236</sup> *ibid*

données pour la chaîne télévisuelle d'*Al Jazeera*. En effet, dans la charte d'utilisation du site, la promesse de *Sharek* est claire : Après vérification de l'authenticité du contenu, la chaîne *Al Jazeera* se réserve le droit de l'utiliser à l'antenne, y compris dans les journaux télévisés et dans les reportages.

## II. La stratégie de coproduction de Sharek

L'ergonomie du site *Sharek* est basée sur deux principes. Séduire le public et l'engager dans une démarche réflexive au moyen d'une part de l'image symbolique et d'autre part par la création d'un sentiment d'urgence chez les participants. Mais, puisque l'amateur de *Sharek* est pour ses pratiques, pour ses contributions, et pour son implication dans la communauté en ligne, il doit d'abord être aidé, guidé et accueilli. Pour favoriser une relation de coproduction et de co-création entre le participant et *Al Jazeera*, *Sharek* se présente comme un enseignant, un formateur qui propose aux amateurs les moyens et les outils pour améliorer leurs productions.

### Est-ce que tu veux optimiser ta participation ?

Voici un ensemble de leçons et de conseils qui peuvent t'aider à améliorer la qualité de tes productions et à améliorer ton interaction avec la communauté de *Sharek*.

#### Leçon et Conseil

Améliorer le son

Optimiser la qualité de l'image

Optimiser la qualité de la vidéo

Confirmer ta localisation

Fig. 5 capture d'écran des conseils donnés aux utilisateurs sur *Sharek*

La relation entre *Sharek* et les participants se base sur la coproduction puisque *Sharek* promet de faire circuler les productions amateurs, de donner à ces créations personnelles une nouvelle vie sur la chaîne *Al Jazeera*. Cependant, si les amateurs sont avant tout des passionnés par leur travail, ils peuvent être des non-professionnels, extérieurs au monde de l'image. Il est probable qu'ils n'aient jamais suivi d'apprentissages standards légitimes dans une école de journalisme par exemple. Aussi, ils sont indépendants vis-à-vis des règles du métier. Ils ont leur manière de faire, et observent des pratiques qui ne sont pas nécessairement en usage chez les professionnels de l'image. C'est pourquoi *Sharek* propose des cours ou des conseils pour améliorer la qualité des images et vidéos envoyées.

## 1. Faire participer par l'image symbolique

*Sharek* a connu un énorme succès pendant les révolutions arabes. Rapidement, les missions se sont adaptées à la société révolutionnaire, où l'amateur revendique sa place. Accompagner un public jeune, révolté et connecté, qui vit des moments historiques, impose une manière de faire et une manière d'agir. Ainsi, utiliser des images de symboles révolutionnaires apparaît comme la meilleure des motivations pour inciter le public à participer aux missions.

Dans le cadre de notre étude, nous allons « *co-construire* » trois images comme le disait Frédéric Lambert. C'est-à-dire les analyser à travers le prisme de l'auteur et du spectateur de *Sharek*. Notre objectif est de démontrer que l'authenticité des images des missions est d'une part bien réelle au sein d'un projet participatif, et d'autre part nécessaire pour faire vivre et animer le site *Sharek*. Mais cette authenticité n'est pas tout à fait neutre. Frédéric Lambert nous rappelle que chaque image est un point de vue : « *une image, jamais, n'abolira ses langages. Toujours en elle résonne ses fictions (chaque image se fait son cinéma), ses généalogies, ses auteurs, ses spectateurs, ses mimiques réalistes, ses mots qu'en elle nous faisons raisonner.* <sup>237</sup> ».

---

<sup>237</sup> Frédéric LAMBERT, « Une image jamais n'abolira ses langages », in *Déconstruire l'image*, texte réunis par Christophe Genin, Publications de la Sorbonne, Paris 2011.

Le sémioticien américain Charles Sanders Peirce nous apprend qu'un symbole est un signe intentionnel et conventionnel. En observant les images des missions, nous constatons qu'elles renvoient à un imaginaire révolutionnaire presque universel. Toutes ces productions visuelles puisent dans le répertoire des symboles de la protestation. Qui dit manifestation ou rassemblement collectif dit forcément drapeau. Ce symbole retient l'œil dès le premier regard. Les drapeaux tunisien, libyen, égyptien, yéménite et syrien sont partout. Hommes, femmes et enfants, à chacun sa façon de le porter.

Le choix d'une image pour illustrer une mission n'est jamais neutre. Chaque mission de *Sharek* est systématiquement couplée d'une image fixe. Mais cette image n'est pas choisie au hasard. Il s'agit inévitablement d'une image iconographique. Alors, une question se pose : l'image peut-elle être actrice de participation ? S'il est difficile ici de donner une réponse catégorique, il est cependant notable d'observer que toutes ces productions visuelles partagent un élément commun : elles reprennent toutes des symboles des révolutions arabes, des iconographies des contestations. Présents dans toutes les manifestations, les drapeaux continuent à fasciner les foules. On les dessine sur les pancartes, sur les visages, sur les murs, sur les voitures, ils sont brandis à tout rassemblement. Les images des missions ne s'en passent pas, que ce soit en Tunisie, en Egypte, au Yémen ou en Syrie. Mais dans les missions consacrées à la Libye, ce n'est pas le drapeau officiel du pays qui représente les missions, mais celui des rebelles, comme le montre les images ci-dessous.

### Titre de la mission

Participe avec nous par des images et des vidéos sur ce qui se passe en Libye.

### Description de l'image de la mission

Un groupe de jeunes munis d'armes arborent le signe de victoire avec leurs doigts, et patrouillent dans une voiture sur laquelle est dessiné le drapeau tricolore des rebelles Libyens.



Fig. 6 capture d'écran d'une mission sur *Sharek*

Pour le journaliste Kamel Daoud, ce drapeau est un moyen, pour les insurgés, de se révolter contre le drapeau vert uni de Mouammar al Kadhafi : « *c'est comme une volonté de remonter le temps à l'époque où le temps n'était pas injuste, ni assassin et qu'on devait tout recommencer, à partir de l'an zéro, à moins dix ou moins trente s'il le faut.* »<sup>238</sup> Mais, pour *Al Jazeera*, qui a choisi de reprendre ce symbole de la révolution libyenne pour représenter ces missions, il s'agit d'un positionnement politique. C'est un soutien médiatique qui va de pair avec le soutien financier et militaire que le Qatar a donné aux mouvements d'opposition. À travers l'image symbolique du drapeau des rebelles libyens, *Al Jazeera* devient un miroir de la politique étrangère du Qatar.

Le soutien d'*Al Jazeera* et du Qatar à la révolution égyptienne et au régime de Mohammed Morsi n'est pas un secret non plus. En témoigne le choix d'utiliser le symbole de Rabia, signe de ralliement des sympathisants des Frères musulmans, pour annoncer des missions liées au coup d'Etat en Egypte en 2013.

### Titre de la mission

L'Egypte...entre légitimité et coup d'Etat

### Description de l'image de la mission

Des manifestantes arborent le signe de Rabia avec les doigts. (Le signe Rabia est arboré par tous les sympathisants à la cause des Frères Musulmans, en souvenir de l'attaque meurtrière de la police du système militaire en place contre les Frères Musulmans. Il symbolise également le soutien aux victimes de la mosquée Rabaa Al-Adawiya.)



Fig. 7 capture d'écran d'une mission sur *Sharek*

<sup>238</sup> Kamel DAOUD, « Les révolutions arabes en panne de nouveaux drapeaux », publié le 13/12/2011 à 12:39, in <http://www.slateafrique.com/72673/usage-des-drapeaux-%C2%ABd%E2%80%99avant%C2%BB>

La production symbolique de la révolte s’inscrit donc dans un but communicationnel. L’affiche numérique suivante met en valeur deux scènes : les manifestants syriens et l’armée libre syrienne. Ces deux éléments constituent des supports privilégiés pour subvertir la propagande officielle, et sensibilisent l’opinion publique sur l’ampleur de la répression exercé par le régime. Cette forme de communication protestataire mobilise des images symboliques comme les drapeaux, qui renvoient forcément à un imaginaire révolutionnaire. Très clairement, *Al Jazeera* puise dans ce répertoire symbolique de la protestation pour exprimer un point de vue. Celui-ci reflète la politique étrangère du Qatar, qui soutient l’opposition syrienne.

### Titre de la mission

Participe avec nous par des images et des vidéos sur ce qui se passe en Syrie.

### Description de l’image de la mission

une manifestation durant laquelle les gens arborent le drapeau syrien. Un homme en tenue civile avec une arme à la main les regarde, comme s’il veillait sur eux. On dirait un membre de l’armée syrienne libre (en opposition au régime de Bashar al-Assad).



Fig. 8 capture d’écran d’une mission sur *Sharek*

Certes, favoriser certains symboles aux dépends d’autres est un choix politique. Mais, ce choix est aussi une réponse à une demande sociale. Les images à charge symbolique que nous avons relevées mettent en scène un spectacle qui a déjà pris place en société. Dans cette optique, les images choisies pour accompagner les missions ne font finalement qu’accompagner les vagues de changement, et permettent de les cadrer.



Cependant, il ne s'agit pas d'une publicité pour les révolutionnaires libyens, ou pour les frères musulmans et ou pour l'opposition syrienne. Même si ces images reflètent la politique qatarie, il serait incorrect d'en déduire que nous assistons à une stratégie de manipulation, ou que le but est d'orienter le regard et la voix du public. Frédéric Lambert insiste sur cette liberté du lecteur face à l'image : « *les langages ne sont pas la fabrique d'un sens entre un émetteur et un récepteur. Ils sont l'expression vivante, circonstanciée, d'un échange où la part de celui qui interprète, et les libertés qu'il peut prendre face au langage sont décisives. Cela ne veut pas dire que le lecteur a la co-responsabilité des messages qu'il lit ou regarde, mais qu'il peut co-construire les signes qui lui sont donnés, pour les entendre, les approuver, les contester, les inventer différemment.* »<sup>239</sup> Certes, les images symboliques attirent et séduisent le regard, mais l'objectif n'est pas de provoquer une réaction impulsive, mais plutôt d'engager une réflexion qui entraîne une action, voire une participation aux missions.

## 2. Faire participer par des missions d'urgence

Certaines missions sur *Sharek* sont accompagnées par un temps d'expiration. Un minuteur indique en permanence le temps restant avant que la participation ne soit clôturée. Sur l'image suivante, dans une partie du site réservée aux *Missions de l'heure actuelle*, on constate que la deuxième mission a un temps limité. Comme montré dans la capture d'écran, la mission se termine dans 4 mois et 3 semaines. Les chiffres et le minuteur permettent de créer un sentiment d'urgence.

1. Missions actuelles
2. La révolution syrienne... négociation et explosions
3. L'Egypte – entre légitimité et coup d'Etat
4. Participe avec des images et vidéos sur ce qui se passe autour de toi
5. Mission termine dans 4 mois et 3 semaines



1

2

3

4

Fig. 9 capture d'écran de la rubrique missions actuelles sur *Sharek*

<sup>239</sup> Frédéric Lambert, *ibid*, p. 4

Dans son livre *Accélération : une critique sociale du temps*,<sup>240</sup> Hartmut Rosa, sociologue et philosophe allemand, estime que pour comprendre l'impact de l'accélération sur le comportement de l'homme, il faut avant tout comprendre ce que signifie la lenteur : « *La lenteur c'est le sentiment de ne pas être sous la pression d'une urgence, de ne pas être obligé de faire une chose sans en avoir le temps. La richesse temporelle n'est ni l'ennui, ni une décélération contrainte, mais elle est avant tout un élément d'autonomie.* »<sup>241</sup>

À l'inverse de la lenteur, l'accélération est un manque de temps. Elle correspond à un état dans lequel on ne dispose pas de suffisamment de temps pour accomplir une mission. L'état d'accélération est une prise de contrôle sur le temps disponible, une privatisation de la liberté. Les participants aux missions de *Sharek*, sont constamment confrontés à cet état d'urgence. Une fois le temps écoulé, il ne se sera plus possible de participer à la mission proposée.

Dans sa définition du dispositif, Michel Foucault fait de l'urgence une trace de l'ingérable et du désordre. Il va même jusqu'à voir dans le dispositif une réponse à une situation d'urgence : « *par dispositif, déclarait-il dans un échange avec des amis psychanalystes, j'entends une sorte – disons – de formation, qui, à un moment historique donné, a eu pour fonction majeure de répondre à une urgence. Le dispositif a donc une fonction stratégique dominante.* »<sup>242</sup>

Ce constat est confirmé par Riyad Minty, le responsable des réseaux sociaux chez *Al Jazeera*. Selon lui, *Sharek* est né dans une situation de crise pour la chaîne : « *In a lot of places, if you look into Libya or into Tunisia, at times we can't have reporters on the ground as extensively as we wanted to. Many times we were kicked out. Bahrain, too: We didn't have any reporters on the*

---

<sup>240</sup> Hartmut ROSA, *Accélération : une critique sociale du temps*, (Traduit de l'allemand par Didier Renault), Collection : Théorie critique La Découverte, Paris, 2010.

<sup>241</sup> Hartmut ROSA, « La technique est-elle responsable de l'accélération du monde ? », Par Hubert Guillaud le 19/03/13 | in <http://www.internetactu.net/2013/03/19/la-technique-est-elle-responsable-de-lacceleration-du-monde/>

<sup>242</sup> Michel FOUCAULT, « Le jeu de Michel Foucault », *Ornicar*, n° 10, juillet 1977, repris dans *Dits et écrits*, 1976-1988, Gallimard, 1994, p. 302.

*ground, so people were able to submit to us their own perspective of what happened. We were able to then verify this and make it onto the screen.*<sup>243</sup> »

De ce fait, le contenu proposé par la communauté *Sharek* sert à remédier à un manque, à une absence de reporters, d'images, voire de récits. Mais paradoxalement, cette crise a constitué un moteur de créativité pour *Al Jazeera*. Elle a non seulement participé à créer un contenu audiovisuel alternatif, mais elle a joué un rôle important dans la vulgarisation de la notion et de la pratique du « *citoyen reporter* » et du « *citoyen journaliste* ».

Ce dernier est défini par Shayne Bowman et Chris Willis comme une personne « *jouant un rôle actif dans les processus de collecte, reportage, analyse et dissémination de l'information d'actualité*<sup>244</sup> ». Ces auteurs montrent en effet que la diffusion de l'information est dépendante des usagers actifs devenus acteurs. Sur le site participatif *Sharek*, ces usagers sont « *مشاركون* » (participants). La notion de la participation est encore plus poussée sur le site. En effet, on y trouve les catégories suivantes :

- « *افضل المشاركين* » (les meilleurs participants)
- « *افضل المشاركات* » (les meilleures participations)
- « *مشارك مميز* » (participant exceptionnel)
- « *تريد المشاركة بشكل أفضل* » (pour une meilleure participation)

La participation est centrale à la stratégie de communication du site. Elle est associée à l'exceptionnel et à la supériorité par rapport aux autres. Les usagers ne sont pas jugés pour ce qu'ils sont mais pour ce qu'ils font. Ainsi, cette catégorisation est inséparable de la concurrence positive entre usagers. Plus encore, la participation au site est considérée comme un moyen

---

<sup>243</sup> « *Dans beaucoup d'endroits, comme dans le cas de la Libye ou de la Tunisie, on ne pouvait pas avoir de reporters sur place comme on l'aurait souhaité. Souvent, on a été renvoyé. A Bahreïn, ça été le cas aussi : on n'avait aucun reporter sur place, ainsi les gens ont eu la possibilité de nous donner leur propre perspective sur ce qu'il s'est passé. Puis, il nous a été possible de vérifier le contenu et de le diffuser par la suite.* », Riyadh MINTY, *Ibid.*

<sup>244</sup> Shayne BOWMAN et Chris WILLIS, *We the Media: How Audiences are Shaping the Future of News and Information*, rapport commandé par *The Media Center at the American Press Institute* ([www.mediacenter.org](http://www.mediacenter.org)) et publié par J.D. Lasica. [www.hypergene.net/wemedia](http://www.hypergene.net/wemedia).

d'actionner un changement. Le slogan de *Sharek* confirme ce constat : « شارك/ حيث مشاركتك تصنع الفرق » (participe/ ta participation crée la différence).

### III. Enjeux liés au projet : Sharek entre ambition et déficit

*Sharek* est né dans un temps de crise, alors que la chaîne *Al Jazeera* ne pouvait pas couvrir certains événements, car ses bureaux avaient été fermés. Le manque de reporters et de journalistes dans certaines zones de conflits l'a alors poussée à contourner cet obstacle en utilisant les nouvelles technologies. Certes, la chaîne *Al Jazeera* cherche à présenter un contenu nouveau et original à travers ses contributions amateurs, mais *Sharek* est avant tout né pendant la guerre de Gaza en 2008-2009, lorsque beaucoup de zones étaient soit inaccessibles, soit interdites aux journalistes. La situation s'est sérieusement détériorée pour les journalistes et correspondants de la chaîne pendant les révoltes arabes. Beaucoup de leurs bureaux ont été fermés, et obtenir les autorisations nécessaires pour filmer est devenu difficile. Certains journalistes ont été arrêtés, emprisonnés ou même tués dans les zones de conflits. Dans ces conditions de travail troublées, *Sharek* était une alternative viable.

#### 1. Les smartphones au service de *Sharek* : des vidéos aux SMS

Depuis le déclenchement des révoltes arabes, les études sur le rôle des réseaux sociaux dans ces soulèvements se multiplient. Si *Twitter*, *Facebook* et *YouTube* ont eu un tel impact, c'est grâce à l'évolution des téléphones portables. Munis de leurs smartphones avec appareil photo numérique et caméra intégrés, les témoins de l'actualité peuvent facilement filmer ou prendre en photo l'événement inattendu auquel ils assistent, et le diffuser par la suite sur les réseaux sociaux. Ainsi, les smartphones ont contribué à changer la façon dont l'information est collectée et diffusée.

Le responsable des réseaux sociaux chez *Al Jazeera* le confirme: « *Citizens can submit videos to Al-Jazeera through email or the smartphone apps the agency has created. For those with less advanced phones, Al-Jazeera also accepts reports through SMS.* <sup>245</sup> » Le site *Sharek* est au cœur de

---

<sup>245</sup> « *Les citoyens peuvent envoyer des vidéos à Al Jazeera à travers d'e-mails ou grâce aux applications mobiles que notre agence a créées. Pour ceux qui n'ont pas de téléphones portables assez développés, Al Jazeera accepte également des rapports sous forme de SMS.* », Riyad MINTY, *Ibid.*

la problématique de l'usage de la technologie et des smartphones dans la circulation de l'information. Il a d'ailleurs été conçu en 2008, en réponse aux changements liés à la diffusion de l'actualité : « *The technology was probably mature enough around about 2008, with journalists being a bit more open to the idea, so that was the right time. I think everything just kind of came together.* »<sup>246</sup> »

Or, le site *Sharek* a été véritablement lancé en décembre 2008, au lendemain de la guerre israélienne sur Gaza : « *I think the first sort of footage that we got was during the Gaza War at the end of 2008 and in early 2009...I think that was probably the first time we really started using the platform actively and the first time we received footage from the ground. One of the first videos that I saw, there was a missile attack on a building. The building had collapsed and people were stuck under the rubble and someone had a mobile phone and was running around filming the people trying to take the people out. People were crushed and buried under buildings.* »<sup>247</sup> Riyaad Minty ajoute : « *The uploaded video has brought all the blood and turmoil of Mideast uprisings to light in a more personal way than was possible before. Gaza War attacks from 2008 were the first major test of the system.* »<sup>248</sup> »

Cette « *personal way* » (façon personnelle) dont parle Riyad Minty constitue pour nous la véritable valeur ajoutée de ces vidéos. Nous avons essayé de chercher la vidéo en question, mais nous n'avons pas réussi à la retrouver : la date de sa mise en ligne est très lointaine, et nous n'avons ni

---

<sup>246</sup>« *La technologie était assez mature autour de l'année 2008, les journalistes ont commencé à s'ouvrir à l'idée, donc c'était le bon moment, je pense que tout s'est bien combiné* », Riyad MINTY, *Ibid.*

<sup>247</sup>« *Je pense que la première image qu'on a reçue était durant la guerre sur Gaza à la fin de 2008 et au début de l'année 2009... je pense que c'était la première fois qu'on utilisait la plateforme activement, et c'était la première fois qu'on recevait des images de terrain. Parmi les premières vidéos que j'ai vues, il y avait une attaque au missile contre un bâtiment. Le bâtiment s'était effondré tandis que les gens étaient coincés sous les décombres. Une personne avait son téléphone portable et courait pour filmer les gens qui essayaient de sortir d'autres gens des décombres. Les gens étaient écrasés et enterrés sous les ruines.* », Riyaad MINTY *Ibid.*

<sup>248</sup>« *Les vidéos téléchargées ont mis la lumière sur les atrocités des guerres au Moyen Orient d'une perspective plus personnelle qu'auparavant. La guerre sur Gaza dès 2008 a été le vrai test du système.* », Riyad MINTY, *Ibid.*

le titre de la vidéo ni le nom du participant. Cependant, pour mieux comprendre les attributs des vidéos amateurs, nous avons choisi d'examiner une vidéo ayant la même thématique.

**Informations sur la séquence :**

**Titre :** مجزرة رفح (le massacre de Rafah)

**Lieu :** la ville de Rafah à Gaza

**Date :** il y a 1 an et 36 semaines

**Durée :** 25 secondes

**Nombre de vues :** 16 vues

**Mission :** غزة تقاوم...العدوان الاسرائيلي على غزة

(Gaza résiste...l'offensive israélienne sur Gaza).

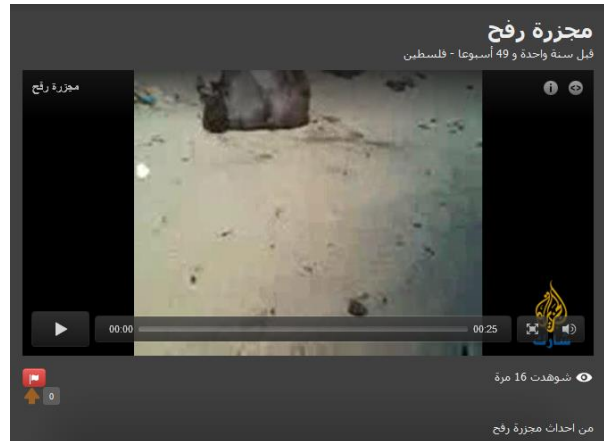


Fig. 10 capture d'écran d'un témoignage sur *Sharek*

Les informations données sur la vidéo permettent de situer les événements dans le contexte de la guerre de Gaza de 2014. Un conflit armé s'est déroulé durant les mois de juillet et d'août 2014, opposant l'État d'Israël au mouvement islamiste le Hamas et à d'autres forces paramilitaires palestiniennes dont le Jihad islamique.

Plus précisément, nous sommes au 1<sup>er</sup> aout, au jour baptisé le « vendredi noir ». En effet, ce jour-là, suite à la capture d'un soldat israélien, les forces israéliennes tuent au moins 135 civils palestiniens, dont 75 enfants, selon un rapport d'Amnesty International, publié sur Internet sous le titre 'Black Friday': Carnage in Rafah during 2014 Israel/Gaza conflict.<sup>249</sup> Durant ce « crime de guerre » selon les termes d'Amnesty International, une personne, alors en plein cœur de

<sup>249</sup> Rapport d'Amnesty International, publié sur Internet sous le titre 'Black Friday': Carnage in Rafah during 2014 Israel/Gaza conflict. In, <https://blackfriday.amnesty.org/>

l'événement, s'est saisie de son téléphone portable ou de sa caméra pour témoigner de ces atrocités.

### **Description de la séquence :**

La vidéo, qui dure vingt-cinq secondes seulement, commence par un plan rapproché sur un homme blessé par terre se tordant de douleur. Ensuite, des cris et des appels au secours accompagnent le mouvement brusque de la caméra vers un autre angle. Il semble alors que l'auteur, filmant toujours avec sa caméra, court vers une autre scène plus violente, puis il filme un groupe de personnes et de secouristes en train d'évacuer des cadavres.

Certes, la vidéo nous donne accès aux images atroces du massacre, mais elles donnent forme aussi à l'expérience personnelle vécue par le témoin. Elles correspondent à ce que la sociologue *Cécile Boëx* décrit comme « à la fois document, verbe et action. <sup>250</sup> ». Ces contributions amateurs qui renvoient aux conditions de leur élaboration, ont une richesse du point de vue sémantique qui dépasse leur fonction informative ou illustrative. En effet, elles témoignent en même temps de la transformation du témoin, auteur de la vidéo, en acteur.

## 2. La concrétisation de *Sharek* pendant les révolutions arabes de 2011

Si le vrai lancement du site *Sharek* s'est déroulé autour de l'année 2009, avec la guerre israélienne sur la bande de Gaza, la concrétisation de la plateforme a été achevée en 2011, avec le déclenchement des révoltes dans le monde arabe : « *As the Arab Spring started happening end of 2010, early 2011, we saw a major increase in the type of content that was sent through to us and we were forced to scale incredibly. At times we were getting up to a thousand videos a day from people who were protesting in the streets. A lot of this footage was driving our coverage onscreen and online. Over the past year we've received close to 70,000 videos sent through to us; a lot of them good, a lot of them, you know, you can't use* <sup>251</sup> » se rappelle Riyaad Minty.

---

<sup>250</sup> Cécile BOËX, « Montrer, dire et lutter par l'image. Les usages de la vidéo dans la révolution en Syrie », publiée le 22 octobre 2012, dans *Vacarme* 61, pp. 118-131. In <http://www.vacarme.org/article2198.html>

<sup>251</sup> « *Lorsque le printemps arabe a commencé à la fin de l'année 2010, début de l'année 2011, on a constaté une augmentation importante dans le type de contenu envoyé, et nous avons été obligés de nous organiser rapidement.*

En examinant les différentes missions du site *Sharek*, nous avons constaté que la plupart d'entre elles se focalisent sur les révolutions arabes. Dans cette optique, les participations se divisent en deux catégories, et font confronter deux pôles opposés : d'un côté les manifestants, et de l'autre, le régime politique en place. C'est ainsi que les actes de répression constituent une part importante du corpus des missions. Nous y reviendrons.

Avant d'examiner les différentes contributions amateurs sur *Sharek*, il faut rappeler que, même si encourager les citoyens à participer est au cœur de la stratégie du site, *Sharek* a originellement été conçu pour répondre à un manque informationnel. « *C'était comme si au lieu d'avoir zéro caméraman, nous en avions cent d'un seul coup. La qualité technique était médiocre. Il était difficile de tout vérifier. Mais en fin de compte, on a préféré prendre le risque de diffuser ces vidéos que d'être absent à un moment pareil.*<sup>252</sup> » se rappelle Mohamed Krichen, journaliste et présentateur chez *Al Jazeera*.

Dans de nombreux pays arabes, où la censure médiatique est maintenue avec une poigne de fer par le régime, la question du traitement des révoltes arabes continue à alimenter les débats. Bien que l'étincelle des révolutions arabes ait été allumée le 17 décembre 2010, jour où Mohamed Bouazizi, un jeune vendeur ambulant, s'est immolé par le feu devant le siège du gouvernement de Sidi Bouzid en Tunisie, peu de médias ont été présents pour suivre l'évolution de la situation.

En effet, les relations entre le régime tunisien et *Al Jazeera* ont toujours été tendues. La chaîne n'a ainsi jamais pu ouvrir de bureau officiel dans le pays. Aussi, avec les premières manifestations à Sidi Bouzid, à la mi-décembre, le site *Sharek* s'est présenté comme une alternative solide : « *Because Al-Jazeera had been working with its Sharek portal for years at that point, it was able to scale up efforts and meet the wave where other news organizations failed.*<sup>253</sup> »

---

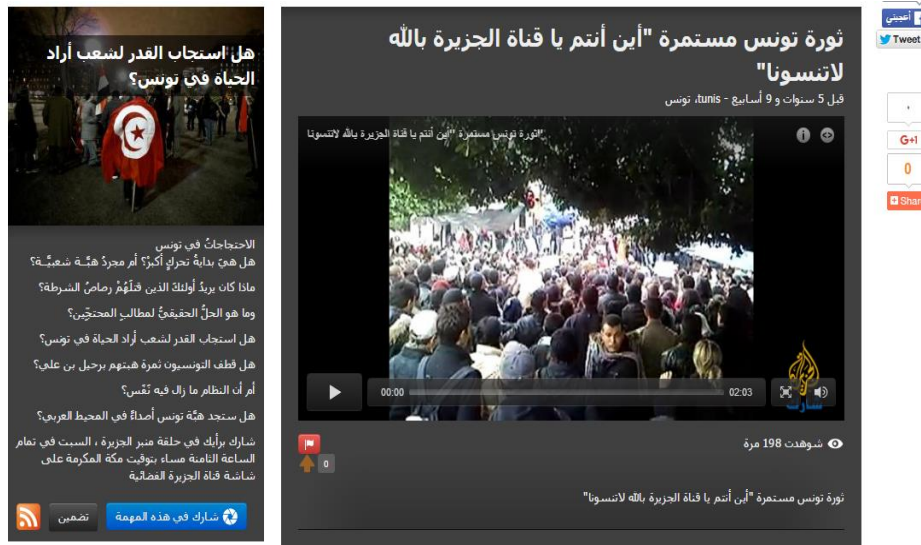
*Parfois, nous recevons des milliers de vidéos par jour de gens qui protestaient dans les rues. Beaucoup de ces images ont constitué le pilier de notre couverture médiatique, à la télévision et en ligne. L'année dernière, nous avons reçu 70 000 vidéos environ ; beaucoup d'entre elles sont bonnes, et beaucoup d'entre elles sont, vous savez, inutilisables. »,* Riyad MINTY, *Ibid*

<sup>252</sup> Mohamed KRICHEN, « Al-Jazira à la pointe de la couverture de la révolution tunisienne », *Le Monde*, 19.01.2011 à 11h03 • Mis à jour le 19.01.2011 à 16h06, publié par Benjamin Barthe - Jérusalem, correspondance, in [http://www.lemonde.fr/proche-orient/article/2011/01/19/al-jazeera-a-la-pointe-de-la-couverture-de-la-revolution-tunisienne\\_1467521\\_3218.html#BLHQVw3xyBV17w7o.99](http://www.lemonde.fr/proche-orient/article/2011/01/19/al-jazeera-a-la-pointe-de-la-couverture-de-la-revolution-tunisienne_1467521_3218.html#BLHQVw3xyBV17w7o.99)

<sup>253</sup> « *Parce qu'à l'époque Al Jazeera travaillait sur Sharek depuis quelques années, elle a été capable de décupler ses efforts pour accueillir la vague et de s'adapter là où d'autres organisations ont échoué.* », Riyad MINTY, *Ibid*.



Alors que les autres chaînes d'actualité ont été submergées par le flot d'informations et de vidéos amateurs mises en ligne sur les réseaux sociaux, *Al Jazeera* était équipée d'une plateforme de recueil de vidéos amateurs : « *I think a lot of these organizations reacted to a certain burst of content coming online, and they were struggling quite a bit with that. We've been doing this for quite a while so it's been very much at the core strategy of what we have been doing. I have been working in a media team that was formed as early as 2006, looking at what the future of media would be like. Having the platform ready and training our staff and journalists meant that when the Arab Spring happened we were well prepared.* »<sup>254</sup> » *Al Jazeera* était tellement prête que lorsque les premières manifestations ont éclaté en Tunisie, *Sharek* a très vite lancé ses premières missions sur la Tunisie.



## Titre de la mission

هل استجاب القدر لشعب أراد الحياة في تونس؟

(Est-ce que le destin a répondu lorsque le *peuple* en Tunisie a réclamé un jour *la vie*?)

<sup>254</sup> « *Je pense que beaucoup d'organisations ont réagi d'une certaine manière à l'explosion de contenu sur la Toile mais elles ont galéré. Quant à nous, ça faisait un moment qu'on travaillait avec un système pareil, c'était au cœur de notre stratégie. Je travaillais avec une équipe médiatique depuis 2006 pour préparer une stratégie pour l'avenir. Avoir une plateforme prête et une équipe de journalistes déjà formée a eu pour conséquence que lorsque le printemps Arabe s'est produit, nous étions préparés.* », Riyadh Minty, *Ibid.*

## **Titre de la séquence**

ثورة تونس مستمرة « أين أنتم يا قناة الجزيرة بالله لا تنسوننا »

(La révolution tunisienne continue « Où êtes-vous ? Ô *Al Jazeera* ne nous oubliez pas »)

**Lieu :** Tunis

**Date :** il y a 5 ans et 9 semaines

**Durée :** 2 minutes et 3 secondes

**Nombre de vues :** 198

Fig. 11 capture d'écran d'un témoignage sur *Sharek*

Bien évidemment, le titre de la mission n'est pas formulé ainsi au hasard. Il est en effet inspiré d'un très célèbre poème d'Abou el Kacem Chebbi<sup>255</sup>, que les tunisiens chantaient, la plupart du temps avec émotion et détermination, dans chaque manifestation, et ce jusqu'au départ de Ben Ali.

Lorsque le peuple un jour veut la vie

Force est au destin de répondre

Aux ténèbres de se dissiper

Aux chaînes de se briser...

### **Description de la séquence :**

La vidéo en question est la plus vue de toutes les réponses à cette mission. Les images de la vidéo nous plongent au cœur d'une manifestation dans la capitale, Tunis, où les voix des manifestants se lèvent pour réclamer la liberté. Mais, si cette vidéo amateur de deux minutes se tâche à montrer le soulèvement des tunisiens contre le régime autoritaire de Ben Ali, elle révèle aussi d'une absence : celle de la couverture médiatique de la révolte, et donc celle d'*Al Jazeera*, à qui on a interdit d'ouvrir un bureau à Tunis. Avant la chute de régime, un silence radio médiatique a été imposé par les autorités tunisiennes ; très peu d'informations du début de ces événements ont circulé. Il y

---

<sup>255</sup> Abou el Kacem CHEBBI (1909- 1934) poète tunisien de langue arabe. Les vers cités font partie de l'hymne national de la Tunisie.

avait peu d'images de la révolution tunisienne. Lotfi Hajji, journaliste d'*Al Jazeera* se souvient : « *Avant la manifestation, on avait l'interdiction de filmer en Tunisie.*<sup>256</sup> »

Ainsi, cette vidéo, prise dans le feu de l'action, par un des manifestants, comble ce vide, et confirme la censure médiatique imposée par le régime. Tandis que les images transmettent les aspirations populaires à la liberté, l'amateurisme de la vidéo, que ce soit dans la mauvaise qualité de l'image ou du son, raconte une autre histoire : celle d'une censure médiatique pratiquée de longue date par le régime.

Durant les premiers jours de la révolution égyptienne, les internautes ont été victimes de la censure médiatique. Selon le chercheur Enrique Klaus, deux groupes *Facebook* constituaient à l'époque une menace au régime de Hosni Moubarak : « *L'appel à manifester des 25 et 28 janvier 2011 est en effet parti de deux groupes Facebook, celui des Jeunes du 6 Avril et « Nous sommes tous Khaled Saïd » (du nom d'une victime de la brutalité policière). Leur appel a permis de porter à la connaissance des utilisateurs de ce réseau socio-numérique l'organisation de cet évènement, et il leur a également offert une estimation prospective du nombre de participants (80 000 au 24 janvier). Il a aussi donné à ceux-ci la possibilité d'inviter les membres de leur réseau de contacts sur Facebook à y prendre part, participant ainsi du gonflement idiosyncratique de la mobilisation en ligne.*<sup>257</sup> »

Pour mettre en péril l'organisation des manifestations, le régime a coupé l'accès à Internet dans tout le pays du 27 janvier au 2 février. À cette coupure s'en est ajoutée une autre, celle des communications téléphoniques : en effet, à cette époque, les appels vers l'Égypte sonnent dans le vide. Pour Benjamin Bayart, cette coupure est une véritable déclaration de guerre du

---

<sup>256</sup> Lotfi HAJJI, in « Paysage médiatique durant le Printemps arabe », publié le 9 janvier 2012 par Sarah Leahy, in <http://www.med-in-marseille.info/Paysage-mediatique-durant-le.html>

<sup>257</sup> Enrique KLAUS, « Les journalistes face aux révolutions. Histoire de la presse égyptienne », *La Vie des idées*, 21 octobre 2011. ISSN : 2105-3030. URL : <http://www.laviedesidees.fr/Les-journalistes-face-aux.html>

gouvernement : « *Couper les communications dans un pays est une opération de guerre. La première chose qu'on fait dans une guerre, c'est bien de faire sauter les routes ou les ponts.*<sup>258</sup> »

Ces efforts ont été voués à l'échec : les internautes ont quand même réussi à faire circuler l'information. La coupure d'Internet a-t-elle aggravé la crise ? A-t-elle renforcé les contestations ? Il est difficile de répondre, mais force est de constater que les réseaux sociaux ont joué un rôle dans la circulation des informations sur l'organisation des manifestations.

Dans la matinée du 2 février, après cinq jours de blocage, l'accès à Internet est rétabli. Mais, l'opération de guerre est poursuivie à un autre niveau. Selon un rapport de *Reporters sans frontière* publié en novembre 2011, le régime égyptien a essayé de cacher son échec en s'en prenant aux journalistes internationaux : « *Les 2, 3 et 4 février, les journalistes étrangers sont systématiquement visés dans une incroyable campagne de violences orchestrée par la police militaire. Trente journalistes américains ont été agressés et/ou interpellés, 18 reporters français, neuf Polonais, etc. au cours de cette chasse aux journalistes étrangers. Presque aucune rédaction n'est épargnée. Le média le plus ciblé est la chaîne Al-Jazeera, avec trois reporters agressés et quatre journalistes arrêtés et des bureaux détruits.*<sup>259</sup> »

Malgré tout, *Al Jazeera* a continué à mener une couverture enthousiaste de la révolution égyptienne, et son soutien aux manifestants s'est manifesté dans sa couverture en continue depuis la place Tahrir. Examinons la contribution suivante :

---

<sup>258</sup> Benjamin BAYART, In François Krug, « Mubarak débranche Internet, l'Egypte coupée du monde », *L'obs avec rue 89*, publié le 28/01/2011 à 12h23, <http://rue89.nouvelobs.com/2011/01/28/pour-faire-taire-les-opposants-legypte-coupe-internet-187888>

<sup>259</sup> Rapport Reporters sans frontière, Les médias, témoins clés et enjeux de pouvoir « révoltes arabes », novembre 2011, [http://fr.rsf.org/sites/default/files/rsf\\_bilan\\_moyen\\_orient\\_2011\\_fr.pdf](http://fr.rsf.org/sites/default/files/rsf_bilan_moyen_orient_2011_fr.pdf).



*pouvoir révélateur*<sup>260</sup> ». Le mot *breaking news* (dernières nouvelles), que le spectateur a l'habitude de voir sur l'écran d'*Al Jazeera* quand il s'agit d'un événement important, est inversement utilisé ici et d'une manière anecdotique pour faire d'*Al Jazeera* le *breaking news*, l'événement important.

En effet, alors qu'*Al Jazeera* diffusait en continuité les images de la Place Tahrir, les télévisions égyptiennes ont continué à maintenir leur grille de programmes. Pendant qu'*Al Jazeera* suivait de près les confrontations violentes entre les manifestants et les forces de l'ordre, on voyait sur les télévisions locales une circulation normale, comme si rien n'était en train de se passer. La censure de la révolution du 25 janvier en elle-même a fait de la couverture de la révolte égyptienne par *Al Jazeera* le *breaking news*.

Quant à la photo, elle montre une affiche brandie dans la rue. Au centre, une mère pleure son fils tué par la police pendant la révolution, comme l'expliquent les écritures de l'affichage. En haut à droite est dessiné le logo d'*Al Jazeera*, et est écrit « *Breaking news* ». En terme d'analyse sémiotique, l'affichage est une mise en abyme de l'écran géant d'*Al Jazeera*, placé par les manifestants sur la place Tahrir, pour permettre de suivre l'actualité en dehors de cet endroit. Selon Sébastien Févry : « *la mise en abyme imagée se caractérise par son pouvoir subversif*.<sup>261</sup> ». L'affiche, en tant que mise en abyme, propose un regard distancié sur les événements, une réflexion sur le rôle d'*Al Jazeera* en tant que témoin et acteur dans la révolution égyptienne.

En effet, selon Claire-Gabrielle Talon, la stratégie d'*Al Jazeera* de diffuser en direct de la place Tahrir montre un soutien franc aux manifestants de la part de la chaîne : « *Ce choix a permis à la chaîne de jouer un rôle y compris dans le déroulement des événements sur la place Tahrir en informant les manifestants massés au cœur de la place des violences qui se déroulaient sur ses bords, quitte à alimenter des mouvements de panique. En Tunisie, en Egypte et en Libye, des projections d'Al Jazeera sur des murs et des toiles improvisées ont permis aux émeutiers de suivre les événements, les réactions et les discours du régime en direct sur la chaîne*.<sup>262</sup> »

Entassés dans un petit cercle au milieu de la place Tahrir, il était impossible aux manifestants de se déplacer facilement afin de s'informer sur ce qui se passait en dehors de ce cercle. Ainsi, la

---

<sup>260</sup> Sébastien FÉVRY, *La mise en abyme filmique: essai de typologie*, Editions du Céfal, Liège, Belgique, 2000, p. 49

<sup>261</sup> Sébastien FÉVRY, *La mise en abyme filmique: essai de typologie*, *ibid.*

<sup>262</sup> Interview avec Claire-Gabrielle TALON, in, « Monde arabe : Al Jazeera et la révolution », 4 Mars 2011, *Témoignage chrétien*, <http://temoignagechretien.fr/articles/monde-arabe-al-jazeera-et-la-revolution>

caméra du direct est devenue les yeux et les oreilles des manifestants ; elle veillait sur eux, notamment face à la présence policière, susceptible d'intervenir à tout moment pour effectuer une évacuation violente. L'affichage, probablement capturé par un téléphone portable ou une petite caméra digitale, est une reproduction de cette scène, de cet œil d'Al Jazeera qui montre simultanément ce qui se passe à l'intérieur et à l'extérieur du cercle des manifestants. En effet, si la caméra d'Al Jazeera témoigne de la présence de centaines de milliers de manifestants sur la place Tahrir, l'affichage, lui, témoigne de la présence de la chaîne qatarie dans le feu de l'action. Cet affichage est un hommage au courage d'Al Jazeera, visée par le régime égyptien. Cependant, si beaucoup d'Égyptiens ont été satisfaits de la couverture médiatique de leur révolte par Al Jazeera, d'autres populations ne l'ont pas été. Examinons ainsi la contribution suivante :



### Titre de la mission

هل يقلص التصعيد الأخير ضد المتظاهرين فرص الحل السياسي في اليمن ؟

Est-ce que la montée des violences contre les manifestants réduit les chances d'une solution politique au Yémen ?

### Titre de l'image

عيب عليك يا جزيرة لماذا تغضون الطرف عما يجري في الجنوب العربي

Honte à vous Al Jazeera. Pourquoi ne couvrez-vous pas ce qui se passe dans le sud du Yémen ?

Lieu : la ville de Mokala au Yémen

**Date :** Il y a 4 ans et 31 semaines

**Nombre de vues :** 37

Fig. 13 capture d'écran d'un témoignage sur *Sharek*

**Description de l'image :**

Des manifestants yéménites sont rassemblés à Mokala, une ville du sud du Yémen, pour réclamer le chute du régime du président Ali Abdulla Saleh. Parmi les manifestants, un homme porte à deux mains une pancarte blanche, sur laquelle est dessiné le logo d'*Al Jazeera*, accompagné de la mention *Honte à vous Al Jazeera*. Est-ce que la couverture médiatique des manifestations du sud du Yémen par *Al Jazeera* a été moins importante que partout ailleurs au Yémen ? Il est difficile de le savoir vraiment. Mais le fait d'importance ici, c'est que ce reproche fait à *Al Jazeera* est en soi un signe de reconnaissance. Que sa couverture soit sélective ou biaisée, que la chaîne soit détestée ou admirée, critiquée par certains ou censurée par d'autres, l'essentiel est qu'elle ne laisse pas indifférent.



« *As the Arab Spring started happening end of 2010, early 2011, we saw a major increase in the type of content that was sent through to us and we were forced to scale incredibly...At times we were getting up to a thousand videos a day from people who were protesting in the streets. A lot of this footage was driving our coverage onscreen and online.*<sup>263</sup> »

Riyad MINTY

Responsable des réseaux sociaux chez *Al Jazeera*

## **B. Sharek : projet d'empowerment**

Avec le déclenchement des révoltes arabes de 2011, *Al Jazeera* a reçu beaucoup de vidéos bénévoles, tournées avec des caméras de téléphones portables, qu'il a fallu vérifier et analyser avec précaution avant tout usage. Avec cet afflux accru, il a fallu trouver une stratégie pour organiser, trier et vérifier les contenus envoyés. De ce point de vue, *Sharek* est l'aboutissement d'une stratégie organisationnelle. Ceci dit, si la communauté *Sharek* s'est assez vite agrandie, c'est surtout grâce aux longues années de relation interactionnelle entre *Al Jazeera* et son public arabe, que ce soit à travers ses *talk-shows*, ses émissions de débat ou mêmes ses vidéos promotionnelles.

L'utilisation du vidéophone et le développement des technologies de l'information et de la communication, et en particulier d'Internet, a aussi contribué à renouveler les formes de la participation citoyenne. Depuis toujours, encourager la participation du public et donner un espace aux initiatives individuelles est au cœur des préoccupations d'*Al Jazeera*. Il est intéressant de remarquer que le participant d'*Al Jazeera* est à la fois un joueur collectif et solitaire. Collectif, parce que la participation nécessite la médiation d'*Al Jazeera*, et solitaire, parce que c'est sa passion qui le pousse à participer. Il joue pour son propre compte. Ce n'est pas son métier, il n'est pas récompensé financièrement pour sa participation. Aussi, il ne se plie pas aux règles : il les crée.

---

<sup>263</sup>« *Lorsque le printemps arabe a commencé fin 2010, début 2011, nous avons constaté une augmentation dans le type de contenu envoyé, et nous avons été obligés de réagir. Parfois, nous recevions mille vidéos par jour de gens qui protestaient dans les rues. Beaucoup d'entre elles était le fil conducteur de notre couverture médiatique, aussi bien à l'antenne qu'en ligne.* », Riyad MINTY, *ibid.*

## I. Qui est l'amateur de *Sharek*?

Les révolutions arabes ont posé à nouveau, et continuent à poser, la question de l'espace public et des médiactivistes. Les membres de la communauté *Sharek* ne sont ni des professionnels des médias, ni des journalistes. Ce sont des gens qui parlent d'eux même à travers des récits qu'ils envoient sur le site. Parce qu'ils se retrouvent au cœur des histoires qu'ils filment, ils en font partie, tout simplement. La caméra est la seule arme dont ils disposent pour raconter leur histoire. Ils ne sont pas activistes par choix. Filmer, transmettre et archiver des récits confirme une seule réalité : celle de leur existence.

Cette existence est simultanément réelle et virtuelle. Une question se pose ici. Quel est le premier geste à faire face à des tirs de coup de feu, face à un bombardement, ou quand, au milieu d'une manifestation pacifique, les forces de l'ordre s'en prennent aux manifestants ? Beaucoup diront : se protéger, se cacher. Mais certains s'empareront de leurs téléphones portables ou de leurs caméras, et commenceront à filmer, enregistrant ainsi une image ou une vidéo d'une scène inédite, que personne d'autres n'aura pu saisir. On peut parler ici de « *contre-information* <sup>264</sup> ». Gilles Deleuze explique que la « *contre-information* » surgit forcément quand les gens vivent dans des conditions cruelles : elle devient alors un moyen d'existence. La plupart des images et des vidéos de *Sharek* ont été obtenues dans des situations de crise et de guerre. Elles sont donc un moyen de survivre, une façon de résister, et leurs auteurs sont donc des résistants.

### 1. Un journaliste citoyen ?

Dans une étude de la *stratégie de communication d'Al Jazeera sur les réseaux sociaux*, l'auteur Khaled Zamoum explique qu'*Al Jazeera* a même « joué un rôle important dans la vulgarisation

---

<sup>264</sup> Gilles DELEUZE dit « *par exemple, il y a des pays, où dans des condition particulièrement dures et cruelles, les pays de très dures dictatures, où il y a de la contre-information. Heu ! du temps d'Hitler, les juifs qui arrivaient d'Allemagne et qui étaient les premiers à nous apprendre qu'il y avait des camps d'extermination en Allemagne, ils faisaient de la contre-information.* », in Qu'est-ce que l'acte de création ?, Conférence donnée dans le cadre des mardis de la fondation Femis – 17/05/1987, in <http://www.lepeuplequimanque.org/acte-de-creation-gilles-deleuze.html>

de la notion et de la pratique du « citoyen reporter » et du « citoyen journaliste <sup>265</sup>». Pour mieux connaître le « citoyen journaliste » d'Al Jazeera, revenons à la définition et aux origines de ce terme.

Dans *La démocratie Internet : promesses et limites*, Dominique Cardon explique que la massification de l'usage des réseaux sociaux a donné les outils nécessaires à chaque internaute pour prendre la parole et participer à la construction d'un espace public virtuel. Dans ce nouvel espace, les rôles des acteurs sociaux ont été redistribués, et une ligne vacillante sépare les auteurs dits professionnels des amateurs. L'élargissement de l'espace public va de pair avec la diversification des pratiques des internautes, qui prennent de plus en plus l'initiative de s'exprimer virtuellement. Pour reprendre les termes de Dominique Cardon, l'Internet a donné carrière à « *des formes d'expression incomplètes, subjectives et murmurantes de participation.* <sup>266</sup>» Chez Al Jazeera, ces nouvelles formes d'expression sont l'héritage d'une politique éditoriale centrée sur l'enjeu de la transformation des rapports de pouvoir entre la chaîne et son public arabe.

Rappelons que c'est au cours de débats politiques en diffusion directe que la notion de spectateur-acteur arabe a émergé. Mais, à l'ère du tout numérique, les formes de participations ont changé. Les appels téléphoniques et les e-mails se sont transformés en tweets, en sms, en messages Facebook. Les réseaux sociaux ont donné aux spectateurs la possibilité d'échanger, de critiquer et d'intervenir de façon accrue dans les débats de la société.

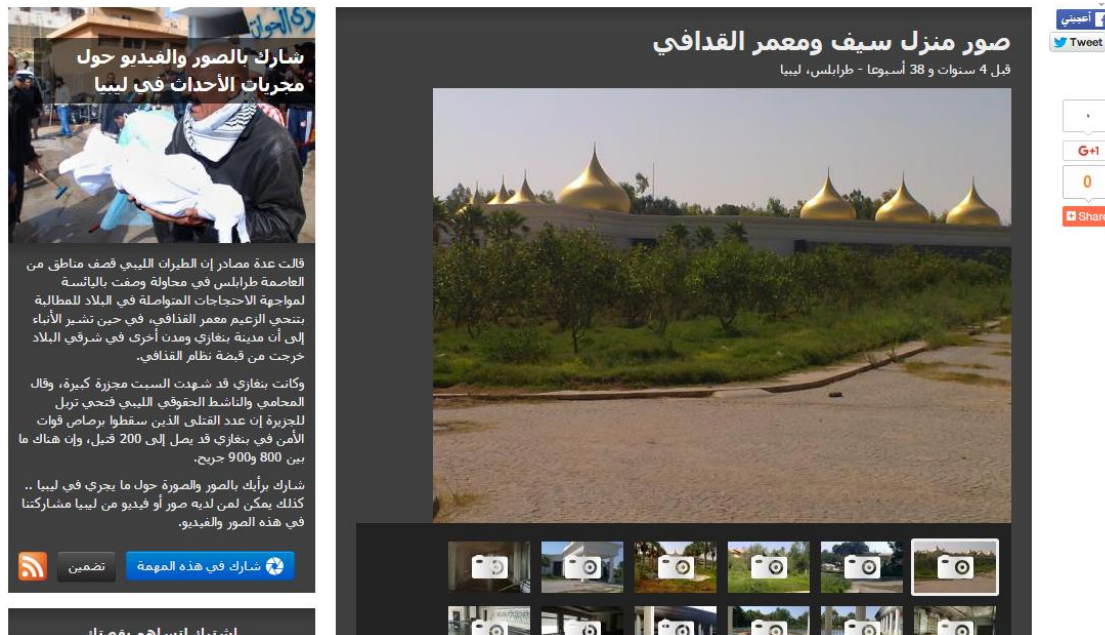
Cette prise d'autonomie, que permet l'outil numérique, a par conséquent permis la transformation du spectateur : d'un simple récepteur de la parole à un initiateur de la parole, notamment avec l'avènement des révoltes arabes de 2011. Les contributions amateurs envoyées de façon massive à Al Jazeera ont non seulement permis de rendre public le regard critique des manifestants sur les événements, mais a permis à la chaîne de consolider son rapport de confiance avec le public arabe. Ayant auparavant décrit les raisons qui ont donné naissance à *Sharek*, il

---

<sup>265</sup> Khaled ZAMOUM, Stratégie de communication d'Al Jazeera sur les réseaux sociaux, *Le Réseaux Européen et interdisciplinaire sur les Enjeux et Usages des TIC*, Editions du Centre de Recherche sur les Médiations & Actes du colloque de l'Université de Metz, Coordonnateurs Pierre Morelli, Didier Baltazart, Université de Lorraine, France, DEStech Publications, 2012, pp. 229-238.

<sup>266</sup> Dominique CARDON, « Vertus démocratiques de l'internet », dans *La vie des idées*, 10/11/2009, <http://www.laviedesidees.fr/Vertus-democratiques-de-l-Internet.html>, p.4.

convient ici de se questionner sur l'identité de son public. Pour mieux connaître le citoyen journaliste de *Sharek*, analysons la contribution suivante :



### Titre de la mission

شارك بالصور والفيديو حول مجريات الأحداث في ليبيا

(participe avec des images et des vidéos sur ce qui se passe en Libye).

### Titre de l'image

صور منزل سيف ومعمر القذافي

Photos de la maison de Saif et Mouammar al Kadhafi

Lieu : Tripoli, Libye

Date : 4 ans et 38 semaines

Nombre de vues :

Fig. 14 capture d'écran d'un témoignage sur *Sharek*

## Description de l'image :

Les informations données sur cette contribution nous indiquent que les 23 images montrent la maison de l'ex-président libyen Mouammar al Kadhafi et de son fils Saif al Islam à Tripoli. Les images ont été mises en ligne après la chute du régime. Avant d'être évincé du pouvoir par un mouvement de contestation armé en 2011, Mouammar Kadhafi a été, pendant plus de quatre décennies, « *l'homme fort de la Libye* ». Quant à son fils, Saif al Kadhafi, il est connu pour avoir joué un rôle important dans la répression des manifestations populaire de 2011. Bien évidemment, avant la chute du régime, les Libyens n'osaient pas s'approcher de la demeure des Kadhafi. Ce palais était un immense complexe fortifié dans lequel a vécu le défunt dictateur pendant plusieurs décennies. Les 11 premières images donnent accès à l'extérieur d'une résidence luxueuse, et témoignent de la richesse de la famille Kadhafi.



Fig. 15 capture d'écran des images du témoignage

Des dômes dorés au style russe s'élèvent derrière un immense jardin, et l'on observe des statues de chevaux en bronze, de nombreuses piscines, des colonnes en marbre blanc. Un palais luxueux, que les libyens n'avaient jamais vu. « *Les Libyens ne pouvaient pas approcher les portes des villas. Tout le monde connaissait le sort réservé à celui qui approchait ces murs, on le fusillait* <sup>267</sup> », se rappelle Nadjib Kabet, ancien conseiller juridique du conseil économique libyen.

<sup>267</sup> Nadjib KABET, « Des villas désertées dévoilent la vie du clan Kadhafi », par Samia Nakhoul et Clément Guillou pour le service français, le 31 Août 2011 à 09:21, in <http://www.franceinter.fr/depeche-des-villas-desertees-devoilent-la-vie-du-clan-kadhafi>

Quant à l'intérieur du palais, comme le montrent les 12 images suivantes, tout est presque en ruine. Ce n'est pas surprenant : ce complexe fortifié de Mouammar Kadhafi à Tripoli a été d'abord bombardé par l'OTAN, puis détruit et pillé par les rebelles qui ont renversé Kadhafi en 2011.

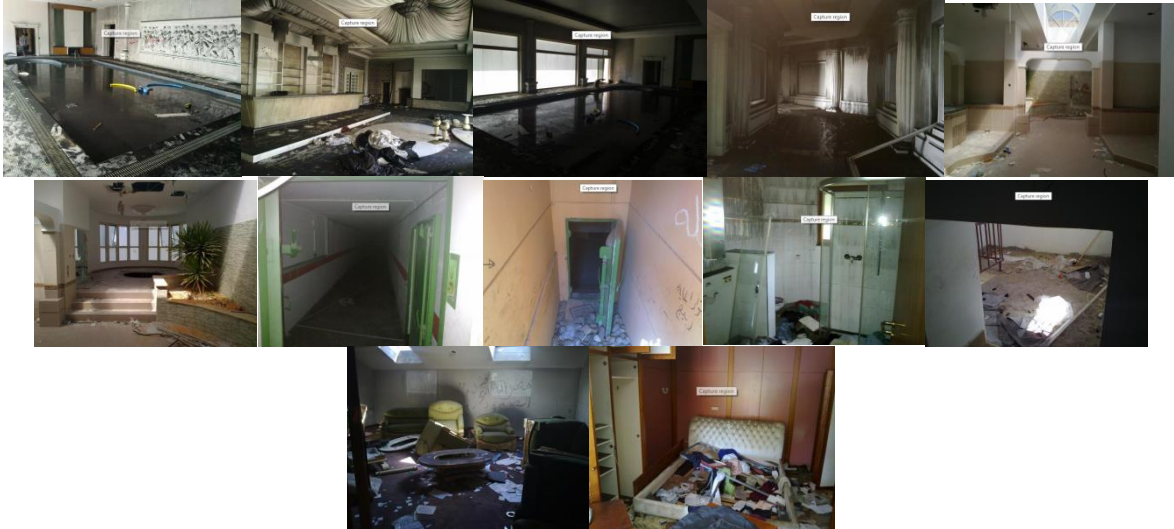


Fig. 16 capture d'écran de la suite des images du témoignage

Mais que nous révèlent ces images de ruines ? De prime abord, elles assouvissent une simple curiosité, celle d'enfin voir un endroit interdit au public pendant de longues décennies au public. Mais, elles témoignent aussi de l'écroulement d'un emblème du pouvoir, et la défiguration du lieu confirme la chute du régime. Ces ruines évoquent non seulement les traces d'une vie passée, mais elles montrent aussi les traces des combats entre révolutionnaires et forces du régime.

Ces photos apparaissent donc comme un témoignage des opérations militaires qui ont eu lieu au palais. Quant aux slogans, peints sur les murs, qui font lire « نحن الثوار » (nous les révolutionnaires), « هزمتم » (vous avez perdu), ils émergent au milieu des destructions pour rappeler qui a gagné et qui a perdu cette bataille. Ces images de ruines constituent un lieu de mémoire ; elles arrêtent le temps et préservent le souvenir d'un moment historique en Libye.

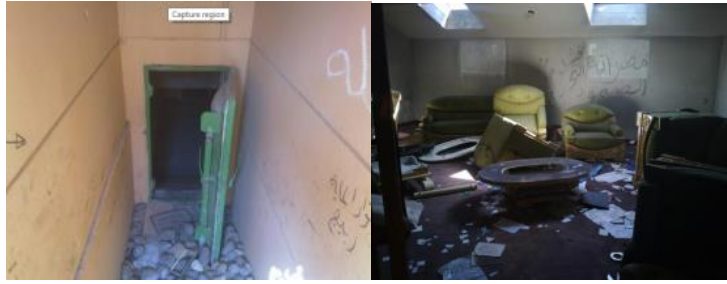


Fig. 17 capture d'écran de la suite des images du témoignage

Montrer l'état de dilapidation de la maison de l'homme le plus fort du pays, c'est une manière de garder une trace de la bataille, avant que tout ne disparaisse. C'est également une façon de construire, à partir d'un vécu personnel, une mémoire collective.

## 2. Témoin, témoignage et mémoire collective

Dès les premières pages de son article intitulé « *Témoins et témoignage* », Georges Fontanille définit le témoignage, « *comme un des actes persuasifs qui suscitent la croyance*<sup>268</sup>. » Cette croyance est donc motivée par un ensemble de preuves qui consolident l'énoncé proposé. La crédibilité du site participatif *Sharek* n'est pas seulement due à son appartenance à *Al Jazeera*. Il est accrédité par les témoignages et les expériences personnelles et inédites que des témoins ont vécues. Ces témoins n'ont rien avoir avec *Al Jazeera*, ou avec d'autres organismes institutionnels. Leurs témoignages tirent leur valeur des conditions particulières de leur fabrication. Pour mieux connaître les motifs qui crédibilisent les témoignages présentés dans *Sharek*, prenons l'exemple suivant :

---

<sup>268</sup> Georges FONTANILLE, « Témoins et témoignage », *in*

[http://www.unilim.fr/pages\\_perso/jacques.fontanille/textes-pdf/ATemoignage.pdf](http://www.unilim.fr/pages_perso/jacques.fontanille/textes-pdf/ATemoignage.pdf)

الرئيسية / هل يقلص التصعيد الأخير ضد المتظاهرين فرص الحل السياسي في اليمن .. شارك بالصور والفيديو / تصوير مباشر لاطلاق النار على المسيرة وعلى رؤس الشباب واصابة مصور المركز

هل يقلص التصعيد الأخير ضد المتظاهرين فرص الحل السياسي في اليمن .. شارك بالصور والفيديو

شارك برأيك بالصور والفيديو حول ما يجري حولك من أخبار وأحداث مستجدة في اليمن بإمكانك المشاركة بالصور والفيديو وذلك من خلال الرد على هذا السؤال ، كما تستطيع تسجيل رأيك المصور بالفيديو ومشاركتنا برأيك

تصوير مباشر لاطلاق النار على المسيرة وعلى رؤس الشباب واصابة مصور المركز

المركز الإعلامي لساحة التغيير

اشترك لتساهم بقصتك

أنشئ حساب

0

أعجبني

Tweet

0

G+

0

Share

0

شاهدت 719 مرة

تصوير مباشر لاطلاق النار على المسيرة وعلى رؤس الشباب واصابة مصور المركز الذي كان يصور الأحداث في اليد عندما لاحظ أحد البلاطجة وهو يقلص الشباب

### Description de la séquence :

**Titre :** « Tournage en direct d'une scène de tirs de balles sur les têtes des manifestants et le caméraman est blessé par une balle »

**Date de la mise en ligne :** 4 ans et 27 semaines

**Lieu :** Sanaa, la capitale yéménite

**Durée de la séquence :** 2 minutes 43 secondes

**Nombre de vues :** 719

Fig. 18 capture d'écran d'un témoignage sur Sharek





Manifestation pacifique contre la prise de Sanaa par les rebelles Houthis et en soutien au président yéménite Abd Rabbo Mansour Hadi.



Tirs de balles et dispersion de la foule



Les tirs de balles continuent, les manifestants reculent et jettent des pierres vers les tireurs



Le caméraman effectue un zoom arrière, puis se rapproche à nouveau de la scène avec un zoom avant



Une personne passe devant la caméra, on entend un tir de balle



L'image est brouillée, on entend le cri du caméraman blessé par une balle.

Fig. 19 capture d'écrans des plans de la vidéo

Dans cette brève description, deux éléments principaux font de la présente séquence un témoignage authentique : l'image et le son. La rue où se sont rassemblés les manifestants, les pancartes qui brandissent un portrait du président Abd Rabbo Mansour Hadi, la dispersion de la

foule, les pierres jetées et les affrontements témoignent de l'authenticité des images prise par la caméra. De même, le bruit des manifestations, le son des tirs de balles, les cris de la foule, le son des sirènes des véhicules d'urgence, tous renforcent la crédibilité du témoignage. Cependant, la particularité de ce témoignage, et de l'ensemble des témoignages de *Sharek*, est due à la présence d'un troisième élément autour duquel se construit l'originalité de la séquence : les traces du témoin.

Selon Georges Fontanille, un témoin est celui qui « *peut énoncer la vérité parce qu'il a vu, entendu et perçu, ou celui qui exprime publiquement par ses actes une croyance ou une appartenance, ou parfois, tout simplement, celui qui a assisté aux faits.* »<sup>269</sup> Dans notre séquence, les traces matérielles qui attestent de la présence du témoin dans la scène filmée sont multiples. En effet, le caméraman n'est pas un simple témoin spectateur qui fait découvrir l'événement. Il est aussi un acteur animé qui intervient pour faire partie du témoignage.

Dans cette contribution, ainsi que dans toutes les vidéos envoyées sur *Sharek*, on constate que l'acte de manifester et l'acte de filmer vont de pair. La spontanéité est au rendez-vous : dès les premiers tirs de balles, les images agitées et les mouvements brusques de la caméra ne transmettent pas seulement la transformation de la scène, d'une manifestation pacifique à une manifestation violente, mais ils traduisent également l'état d'esprit dans lequel se trouve le caméraman, pris au cœur du feu.

De même, le changement de scène s'accompagne d'un changement dans la position du corps témoin. Cette fois, l'acte de filmer et l'acte de se protéger s'effectuent simultanément. Au début de la séquence, le cadreur est debout, comme en témoignent les différents plans larges, mais avec la transformation de la situation, il filme par terre. Sa position est évidente dans le sixième plan de la séquence, lorsque plusieurs personnes passent devant la caméra : on ne voit que leurs jambes. Ainsi, la position de la caméra rend compte de la peur du cadreur face à la situation.

Puis, la caméra capte le moment le plus spontané de l'événement : le cadreur est touché par une balle. Certes, la vidéo ne montre ni le tireur, ni la direction de la balle, mais le cri du caméraman combiné aux mouvements erratiques de la caméra sont preuves suffisantes de ce qui vient de se produire. Brusquement, la caméra ne filme plus la manifestation, mais elle montre des images brouillées, et on aperçoit presque la main du cadreur.

---

<sup>269</sup>Georges FONTANILLE, « Témoins et témoignage, *ibid*

Ces images, presque incompréhensibles, témoignent d'une autre situation d'urgence. Elles démontrent la transformation du filmeur en filmé, du conteur en raconté. Cette mise en scène de soi spontanée invite à repenser l'intégralité de la séquence. Ne bénéficiant d'aucune légitimité institutionnelle, le caméraman trouve involontairement la sienne.

L'entrée du cadreur à l'intérieur du cadre est le signe évident de la véracité du récit. L'accréditation du témoignage est également confirmée par l'absence presque totale de tout artifice de montage, et par la durée courte de la séquence. Logiquement, le danger lié à la prise de telles images empêche de filmer plus de deux minutes. Quant à l'identité du cadreur, comme le montre la capture d'écran ci-dessous, cette vidéo est signée par : « المركز الاعلامي لشباب الثورة صنعاء » (le bureau journalistique des jeunes révolutionnaires à Sanaa).



Fig. 20 capture d'écran d'un témoignage sur Sharek

Dans cet exemple, l'auteur de la vidéo assume sa double identité, d'activiste et de journaliste. Sa position politique est claire : il s'oppose à la prise de la capitale Sanaa par les milices Houthis. Mais, est-il un activiste devenu journaliste, ou l'inverse ? La réponse n'est pas évidente, mais ces images ont l'utilité de combler le vide béant de la couverture médiatique de la révolution yéménite. Avec l'impossibilité pour les journalistes d'accéder aux zones de conflits, et à cause de la censure imposée aux médias, seules ces images amateurs rendent compte des atrocités commises sur le terrain et de la continuité des révoltes. Quoi qu'il en soit, dans cette vidéo, le

tireur ne fait pas de distinction pas entre journaliste et activiste. Pour lui, ils sont deux faces de la même médaille.

## II. Nouvelle génération d'activistes journalistes archivistes et l'art d'exister

*Sharek* est un dispositif de rencontre, une foire de productions amateurs. Les participants ne sont pas des journalistes professionnels. Ils sont des citoyens qui se sont trouvés au bon moment, au bon endroit, et qui ont saisi l'occasion pour en créer quelque chose, mais « *qu'est-ce qu'un acte de création ?* <sup>270</sup> » se demande Gilles Deleuze. Le philosophe relie l'acte de création à l'acte de résistance, à la volonté de résister face à la mort ou à la soumission. De même, pour Michel Foucault, résister ne se manifeste pas seulement par l'effort de protection ou de conservation, mais aussi par la tentative de créer, de témoigner, d'écrire, de filmer, ou de photographier là où il est impossible de le faire.<sup>271</sup> Pour nous, les participants de *Sharek* sont des créateurs, des résistants qui mènent une révolution intérieure. Ils continuent à créer malgré les conditions matérielles contraignantes, en dépit des interdits politiques et hors des normes imposés, et ils s'échinent à préserver la mémoire de leur résistance. C'est là où s'impose le travail d'archive, et là qu'intervient *Sharek* comme lieu de mémoire.

### 1. Les activistes de *Sharek* et l'art de la résistance

Dans toutes les contributions de *Sharek*, les rôles d'activistes et de journalistes amateurs se mêlent et se confondent. Pour Enrico De Angelis, chercheur spécialiste des médias arabes, professeur à l'université américaine du Caire, les médias nés de la révolution doivent aussi être interprétés comme une prolongation des activités en ligne des révolutionnaires. « *Les réseaux sociaux servent à mobiliser les gens et offrir des récits médiatiques opposés à ceux du régime, mais les activistes y*

---

<sup>270</sup> Gilles DELEUZE, in « Qu'est-ce que l'acte de création ? », Conférence donnée dans le cadre des mardis de la fondation Femis, *ibid.*

<sup>271</sup> Edouard JOLLY et Philippe SABOT, *Michel Foucault, A l'épreuve du pouvoir*, La collection philosophie, 2013, p.

ont vu des limites, et se sont mis à construire leurs propres structures.<sup>272</sup>» En Syrie, les protestataires ont trouvé dans les vidéos tournées à partir de leurs téléphones portables ou de petites caméras digitales un moyen de faire entendre leur voix. Bien évidemment, ces contributions amateurs renvoient aux conditions houleuses de leur fabrication. Avec l'exemple suivant, nous essayerons de rendre compte de la richesse et de la complexité propres à ces contributions amateurs, pour montrer à quel point elles s'inscrivent dans l'expérience révolutionnaire.



### Description de la séquence :

**Titre :** مظاهرات جمعة الغضب في سوريا حماة في ساحة العاصي

أمام المركز الثقافي في ساحة العاصي سوريا

(Manifestation à Hama en Syrie, place Assi, devant le centre culturel)

**Lieu :** حماة سوريا (Hama, Syrie)

**Date de la mise en ligne :** 5 ans et six semaines

---

<sup>272</sup> Enrico DE ANGELIS, in Violaine Morin, « La révolution a formé une nouvelle génération de journalistes en Syrie », 15 mars 2016, in <http://bigbrowser.blog.lemonde.fr/2016/03/15/la-revolution-a-forme-une-nouvelle-generation-de-journalistes-en-syrie/>

**Nombre de vues :** 22 vues

**Durée :** 4 minutes et 43 secondes

**Mission :** Participe avec des vidéos et des images sur ce qui se passe autour de toi

Fig. 21 capturé d'écran d'un témoignage *Sharek*

**Description des plans de la séquence :**



Un groupe de personnes est en train de déchirer un portrait de Bashar al-Assad



Les manifestants sont en train de filmer la scène avec leurs téléphones portables



La mission est presque accomplie



Un vue d'ensemble qui montre les manifestants



Un autre groupe est en train de déchirer un



Un vue d'ensemble qui montre les manifestants

autre portrait de Bashar al-Assad

et les alentours



Le premier portrait est complètement déchiré

Une vue d'ensemble qui montre les manifestants et les alentours

Fig. 22 capture d'écran des plans de la vidéo

### **Analyse de la séquence (La Syrie : lorsque le soulèvement était pacifique) :**

Sous les cris, les applaudissements et les « *Allahu Akbar* » lancés par les protestataires, la séquence s'ouvre sur un plan large qui montre un groupe de personnes en train de déchirer un portrait de Bashar al-Assad. Les manifestants chantent, en vue d'encourager ce groupe à continuer son action, et filment cette scène avec leurs téléphones portables. Plus ce groupe avance dans sa mission, plus les cris et les applaudissements s'accroissent. Puis, sous les cris des manifestants qui répètent plusieurs fois « الشعب يريد إسقاط النظام » (Le peuple veut la chute du régime), un autre groupe, à côté du premier, déchire un autre portrait de Bashar al Assad. Ensuite, le cadreur prend plusieurs plans qui montrent les alentours de la place Assi et d'autres plans d'ensemble des manifestants en train de se serrer la main, en train de rigoler ou de sourire. Puis, la caméra revient sur le portrait qui est à présent complètement déchiré. La séquence se ferme sur des applaudissements et une vue d'ensemble qui permet de situer l'événement dans son espace-temps.

Avec cette vidéo, qui date de 2011, nous revenons aux scènes de début des contestations populaires en Syrie, bien avant que la révolution pacifique des syriens ne se transforme en conflit armé. Cette vidéo, archivée sur *Sharek*, est aujourd'hui presque euphorique. Cette scène pacifique avec ses cris et ses chants est loin des scènes de sanglots et du contrôle militaire que le pays subit à présent. À l'époque, les aspirations populaires n'étaient pas différentes de celles portées par les foules ayant investi la ville de Sidi Bouzid, ou encore la place Tahrir. À l'instar des Tunisiens, des

Egyptiens, des Libyens et des Yéménites, les protestataires syriens se sont soulevés contre le chômage, contre la pauvreté et contre l'inégalité. Ils ont manifesté en faveur de la liberté, de la démocratie, du respect et de la dignité humaine.

Cinq ans après, cette vidéo est loin de sa fonction informative première, celle de l'époque où des vidéos amateurs comme celle-ci servaient à contrer la censure médiatique imposée par le régime. Cette vidéo se visionne aujourd'hui comme un témoignage sur un temps révolu, elle est presque un hommage à la révolution pacifique des Syriens. La création de ce lieu de mémoire est une invitation à redécouvrir ce temps passé qui n'a rien avoir avec la Syrie d'aujourd'hui, ravagée par la guerre. Si ces images servaient au départ à instrumentaliser la contestation, elles renvoient à présent à des souvenirs lointains. Elles constituent aussi des éléments de preuve, témoignant que la révolution syrienne fut, à un moment donné, un mouvement pacifique.

À l'époque, ces premiers soulèvements populaires sont passés sous le silence des médias officiels. C'est ainsi que les manifestants ont commencé à se servir de leurs téléphones portables pour filmer, faire circuler l'information, et organiser les manifestations de chaque vendredi sur les réseaux sociaux. « *Les gens filment alors que d'autres filment déjà, c'est donc qu'ils ont besoin d'une trace, de leurs propres images de ce qui a lieu*<sup>273</sup> », estime Ulrike Riboni, attachée temporaire d'enseignement et de recherche à l'université Paris-VIII.

Les vidéos de ces vendredis se multiplient et se ressemblent. En effet, la journée du vendredi est cruciale pour les manifestants, non seulement en Syrie mais dans la plupart des pays arabes où ont éclaté les révolutions. « *Le vendredi est un jour de prière collective, chômé dans la plupart des pays du monde musulman. Les manifestants ne perdent donc pas une journée de salaire lorsqu'ils se rendent à un rassemblement. Dans de nombreux pays du monde arabe, le vendredi marque le début du week-end. La prière lui donne une dimension collective, les gens en profitent pour sortir, rencontrer des amis, c'est un jour d'ouverture à l'autre.*<sup>274</sup> » Pour ces raisons, expliquées par David Doucet, se rassembler le vendredi s'avère pratique.

---

<sup>273</sup> Ulrike RIBONI, in « Ils ont filmé la guerre en douleur », Fanny Arlandis, publié par *Libé Six Plus* in <http://www.liberation.fr/apps/2016/03/syrie-raconte-guerre-douleur/#chapitre-1>

<sup>274</sup> David DOUCET, « Pourquoi le vendredi est-il une journée cruciale dans le monde arabe? », 03.02.2011 - 0 h 00, mis à jour le 22.03.2011 à 21 h 31, *Le monde*, in <http://www.slate.fr/story/33673/vendredi-revolution-egypte-tunisie-islam>



S'ajoute à cela une dimension symbolique de cette journée. « *Le vendredi est même considéré comme la journée la plus importante de la semaine pour les musulmans puisque traduit littéralement, « *joumouaa* » signifie le jour du rassemblement. Si toutes les prières de la semaine sont obligatoires, elles restent peu visibles puisqu'essentiellement privées. Celle du vendredi est singulière car elle oblige la communauté en tant que groupe, c'est le moment où elle démontre son unité. Cette journée a donc une charge symbolique très importante. Si les gouvernements peuvent interdire des manifestations, ils peuvent difficilement empêcher la tenue de ce rassemblement de prière puisqu'ils rentreraient directement en opposition avec le pouvoir religieux.*<sup>275</sup> »

Si les rassemblements de chaque vendredi sont devenus un rituel commun pour les manifestants, les vidéos sur les rassemblements des vendredis en sont de mêmes. On peut parler ici d'une esthétique propre à ces vidéos. En dehors de leur fonction première de documentation, les vidéos des vendredis s'inscrivent dans deux rituels. Le premier traduit les pratiques récurrentes des manifestants lors de ces rassemblements. Les chants, les applaudissements et même les danses folkloriques sont un rituel commun que l'on retrouve dans presque toutes les vidéos. Observons la vidéo suivante, qui montre très clairement la manière d'être des protestataires lors d'un rassemblement de vendredi :



### Description de la séquence :

**Titre :** La ville de Harak soutient les villes de Jasim, Homs et toutes les villes syriennes sinistrées

<sup>275</sup> David DOUCET, « Pourquoi le vendredi est-il une journée cruciale dans le monde arabe? », *ibid.*

**Lieu** : Dara, Syrie

**Date** : 22-10-2011, il y a 4 ans et 33 semaines.

**Nombre de vues** : 20 vues

**Durée** : 3 minutes et 53 secondes

Fig. 23 capture d'écran d'une mission *Sharek*

### **Analyse de la séquence (La Syrie : le soulèvement comme métaphore de la fête) :**

La séquence s'ouvre sur un rassemblement d'une centaine de personnes. Certains brandissent le drapeau de la révolution syrienne, d'autres esquissent des pas de danse au rythme d'une chanson folklorique. Dans la vidéo, on ne voit pas le chanteur mais on entend sa voix. On entend également le son d'un tambour qui donne le rythme et fait vibrer tout le monde. Quant aux protestataires, ils chantent ensemble le refrain de la chanson « طلعت شمس الحرية على سوريا الأبية » (le soleil de la liberté s'est levé en Syrie indépendante).

En effet, depuis que les manifestations ont éclaté en Syrie en mars 2011, les manifestants ont utilisé une série de symboles pour montrer leur opposition au régime. Brandir le drapeau de l'ancienne République syrienne est parmi les gestes les plus symboliques. Ce drapeau a été officiellement adopté par la principale coalition d'opposition, le Conseil national Syrien, et par l'armée syrienne libre, qui mène les combats contre le régime en place.

Le chant est l'un des symboles les plus connus de la révolution syrienne. Il est devenu un rituel commun dans tous les rassemblements de vendredi. Que ce soit en Tunisie, en Egypte ou en Syrie, les manifestants ont chanté pour la liberté, la démocratie, la dignité et la justice sociale. Ces chansons populaires étaient l'arme tranchante des manifestants pacifiques, celle qui incarnait leurs aspirations. Elles étaient aussi un moyen assez simple mais créatif pour se donner du courage, rassembler les esprits et donnaient à la révolution une allure festive.

Bien évidemment, les rassemblements duraient des heures, et l'attente du départ du régime était longue. C'est ainsi que le chant insufflait aux manifestants de l'énergie, et exprimait paisiblement leur engagement dans la révolution. Ces chants populaires sont un médium révolutionnaire par excellence. Les paroles sont faciles à retenir et rendent compte des événements, notamment le

refrain destiné à être chanté et répété par la foule. De même, l'usage des instruments musicaux apporte le tempo dans les chants.

Le tambour qu'on entend dans cette vidéo est présent non seulement dans ce rassemblement, mais dans beaucoup de rassemblements de vendredi. Il revêt un caractère cérémonial et emphatique. Nous sommes devant un spectacle musical, où les spectateurs sont en même temps acteurs, parce qu'un rassemblement révolutionnaire est avant tout participatif. Pour que le spectacle soit réussi, il faut agiter les esprits et multiplier les émotions patriotiques. Une chanson populaire facile à retenir permet ainsi de faire participer les gens. Sur le rôle de la chanson pendant la révolution française, Michel Biget disait : « *le seul répertoire musical de la Révolution française qui soit réellement la chambre d'écho de l'histoire et qui reste à la portée du plus humble citoyen, c'est la chanson*<sup>276</sup> ». Avec la chanson considérée comme arme à portée de tous les citoyens, nous arrivons au deuxième rituel commun aux vidéos des manifestations : la touche de l'amateurisme.

En effet, célébrer la révolution par la musique et par les chants est devenu en soi un art à documenter et à diffuser. Dans ce sens, Cécile Boëx, politologue et spécialiste de l'image, maître de conférences à l'Ecole des hautes études en sciences sociales (EHESS) ajoute : « *une culture protestataire s'invente et se renouvelle par le biais de la vidéo.*<sup>277</sup> » Cécile Boëx va encore plus loin et considère ces fêtes révolutionnaires comme une mise en scène organisée et chorégraphiée en vue d'être investie pour faire circuler des informations sur l'événement. Pour elle, cela s'explique notamment par la professionnalisation des images « *Les actions protestataires sont mises en scène dans un but de sensibilisation. Chorégraphies, fresques humaines : l'euphorie révolutionnaire libère une énergie artistique jusque-là cachée. Chaque localité développe sa propre identité protestataire.*<sup>278</sup> »

Or, au fur et à mesure que la répression s'intensifie, ces images ont perdu leur caractère spontané. Il est possible que cette perte soit liée au fait que la révolution a également perdu son élan populaire. Aujourd'hui, le son des tambours et les chansons ont été remplacés par le bruit des bombardements. L'amateurisme dans les vidéos était à l'instar de la révolution : jeune, mal

---

<sup>276</sup> Michelle BIGET, *Musique et Révolution française*, Paris, Annales Littéraires de l'Université de Besançon, 1989, p. 97.

<sup>277</sup> Cécile BOËX, in « Ils ont filmé la guerre en douleur », Fanny Arlandis, publié par *Libé Six Plus* in <http://www.liberation.fr/apps/2016/03/syrie-raconte-guerre-douleur/#chapitre-1>

<sup>278</sup> Cécile BOËX, in « Ils ont filmé la guerre en douleur », *ibid*

organisée et spontanée. « *Les Syriens ont très vite compris qu'en se professionnalisant, les médias auraient plus d'impact. La révolution syrienne a surtout été une révolution journalistique. Les activistes disposaient auparavant des téléphones de piètre qualité, ils ont aujourd'hui du matériel et des équipements professionnels*<sup>279</sup> », explique Joe Galvin, chef du service Europe de Storyful, une agence de presse d'une vingtaine de personnes, créée en 2011, et dont le siège est basé en Irlande.

Dans son analyse des vidéos des manifestations de vendredi en Syrie, Ulrike Riboni explique : « *quand on a vu une de ces vidéos, on a l'impression de les avoir toutes vues car il y a une esthétique spécifique à l'image – dite d'amateur –, avec un certain nombre de motifs : le flou, la pixellisation, le mouvement. Pourtant, chacune d'elle est unique et peut raconter bien plus que ce qu'il paraît*<sup>280</sup> ». Les symptômes de l'amateurisme transparaissent non seulement dans les vidéos amateurs sur les rassemblements de vendredi, mais aussi dans l'ensemble des vidéos de *Sharek*. Prenons l'exemple de la vidéo suivante, prise lors d'une manifestation contre le régime de Hosni Moubarak dans la province de Damiette, au nord-est du Caire :



### Description de la séquence :

**Titre :** Manifestation au jour de martyr

<sup>279</sup> Joe GALVIN, in « Ils ont filmé la guerre en douleur », Fanny Arlandis, publié par *Libé Six Plus* in <http://www.liberation.fr/apps/2016/03/syrie-raconte-guerre-douleur/#chapitre-1>

<sup>280</sup> Ulrike RIBONI, *ibid*, in <http://www.liberation.fr/apps/2016/03/syrie-raconte-guerre-douleur/#chapitre-1>

**Lieu** : province de Damiette, Egypte

**Date** : 6-2-2011, il y a 5 ans et 18 semaines

**Durée** : 2 minutes et 50 secondes

**Nombre de vues** : 115 vues

**Mission** : Participe avec des vidéos et des images sur ce qui se passe en Egypte.

Fig. 24 capture d'écran d'un témoignage *Sharek*

### **Analyse de la séquence (l'Egypte : le soulèvement populaire continue de la rue à la toile) :**

Cette vidéo présente plusieurs aspects visuels et sonores des manifestations de 2011 en Egypte. La séquence, relativement courte, s'ouvre et se ferme sur la même scène. Un homme dont on n'entend que la voix fait un discours court pour commémorer les « *martyres* » de la révolution. Il crie ensuite des insultes contre l'ex président Hosni Moubarak et chante les fameux slogans de la révolution égyptienne : « إرحل » (Dégage !) et « مش هنمشي هو يمشي » (*Nous, on s'en va pas, toi, va-t'en*). Ses paroles agitent la foule qui répète les mêmes phrases après lui.

En regardant la séquence, on peut aisément se rendre compte que la vidéo a subi très peu de montage. Il est clair que ces images sont prises sur le vif. Dès le premier plan, on se trouve au cœur de la manifestation, sans recul sur l'événement ou la scène captée. Les signes de l'amateurisme sont multiples : mouvements erratiques de l'image, alternance brusque entre plans éloignés et gros plan, passage rapide d'un plan horizontal à un autre, images floues, usage simple et spontané des techniques du cadrage visuel et des mouvements de caméra. S'ajoute à cela la mauvaise qualité de l'image, qui indique que la vidéo a été filmée à la main, soit par un téléphone portable, soit par une petite caméra digitale, et ce sans aide technique d'un trépied. Ce qui est encore plus clair, c'est que le cadreur n'est pas un professionnel de l'image. On peut penser que cette vidéo, à l'état presque brut, était destinée à l'usage individuel ou à l'archive personnelle.

Avec ce type de vidéo, on est loin de l'image professionnelle, construite et maîtrisée ; ce sont des images amateurs, maladroitement et non maîtrisées. Pourtant, cette vidéo d'apparence si simple, possède une complexité interne qui la rend apte à satisfaire plus ou moins différentes attentes.

Pour Éric Deroo, spécialiste de l'iconographie militaire et coloniale, chercheur associé au laboratoire du CNRS d'anthropologie des représentations du corps, ce type d'images est de plus en plus présent à la télévision, et recueille des vues sur Internet et sur les réseaux sociaux grâce à l'étiquette amateur. « *L'image amateur prend aujourd'hui valeur d'authenticité. Ces documents donnent l'impression de ne pas tricher en disant « j'étais là ». Tout le contraire du professionnel, qui cherche à se faire oublier.* »<sup>281</sup> Si ces images véhiculent du sensationnel et aspirent à l'authenticité, c'est parce qu'elles sont prises par un non professionnel.

L'auteur semble être un témoin qui s'est trouvé au bon moment et au bon endroit pour créer son petit film. Les signes de l'amateurisme, qu'on vient de citer, témoignent de la spontanéité de son action. Elles font même penser que l'auteur fait partie de l'événement. Il se peut qu'il soit l'un des manifestants qu'il est en train de filmer.

En d'autres termes, nous ne sommes pas devant un auteur impersonnel. Il est non seulement présent par ses gestes d'amateur, que l'on retrouve dans sa vidéo, mais il est aussi physiquement présent dans la manifestation, il en fait partie. Il est l'un des manifestants en train de scander et de crier des slogans anti-Moubarak. Son visage, on le voit dans les visages des manifestants, sa voix, on l'entend aussi dans leurs cris. On a ainsi l'impression de voir l'auteur, de l'entendre et de le connaître.

Si les actes de répressions occupent une place importante dans les productions amateurs de *Sharek*, c'est à cause de la censure des médias dits traditionnels. La même raison s'applique aux actes artistiques. Or, la censure de l'art révolutionnaire n'est pas toujours volontaire. Si on utilise le référentiel de l'actualité politique et militaire, il est peut-être normal que l'art révolutionnaire ne fasse pas la une des journaux. Néanmoins, le rôle de l'art et des artistes dans le renouvellement de l'expression protestataire a fait l'objet de nombreux articles de journaux. C'est ainsi que l'art révolutionnaire se glisse dans le répertoire des productions amateurs ou personnelles. Trop violent ou trop banal, c'est presque la recette magique de la production amateur.

Pour nous, il n'était pas ici question de faire une synthèse de l'expression artistique dans les révoltes arabes, mais il s'agissait de donner des exemples particuliers de créations artistiques

---

<sup>281</sup> Eric DEROO, « L'image amateur a valeur d'authenticité », *Libération*, 23 mai 2004. p.3.

révolutionnaires pour montrer que, si l'art révolutionnaire est aujourd'hui présent médiatiquement, c'est grâce aux vidéos et aux images amateurs qui circulent en ligne.

## 2. Archivistes de l'art de la révolte

Comment reconnaît-on une manifestation ? Essentiellement grâce aux pancartes levées et aux slogans scandés par les manifestants. Si toutes les révolutions arabes ont les mêmes réclamations, chacune d'entre elle a sa façon de l'exprimer. Prenons l'exemple d'un des slogans les plus célèbres des révolutions arabes, et examinons comment chaque révolution se l'est approprié. Comme l'illustrent les captures d'écran suivantes, le « *dégage* » collectif est scandé à Tunis, au Caire, en Libye, à Sanaa et à Damas. Ce mot a été choisi et couronné comme le mot de l'année 2011 pendant le festival du mot (Nièvre), présidé par le linguiste Alain Rey, qui a eu lieu entre 1<sup>er</sup> et le 5 Juin. Selon ce dernier, « *Dégage ! signifie à la fois partir, s'en aller, libérer ce qui est coincé, retenu ou encore déblayer, désherber, désencombrer* »<sup>282</sup>



Des manifestants tunisiens lèvent la main, haussent la voix et répètent ensemble le mot « *dégage* » pour réclamer la chute du régime

Des yéménite sont montés sur un bulldozer, ils lèvent le drapeau du Yémen et brandissent une pancarte blanche sur laquelle est écrit « *dégage* »

---

<sup>282</sup> Alain REY, « Notre « Dégage » élu « mot de l'année » 2011 », publié le 02/06/2011, in <http://www.businessnews.com.tn/impression/520/25070/>



Des manifestants libyens brandissent une pancarte sur laquelle est dessinée une souris effrayée qui tourne le dos et s'en va, et le visage d'un révolutionnaire qui lui crie « *dégage* »

Un homme sourit et porte une pancarte sur laquelle est écrit « *Dégage, ma femme veut accoucher mais le bébé ne veut pas te voir* »



« *Dégage* » « *On ne veut pas de toi* », « *La Syrie est libre* », « *Va-t'en Bachar* », écrit en arabe sur le pain en Syrie

Fig. 25 capture d'écran des témoignages sur *Sharek*

Ce simple verbe français a connu un énorme succès, qui a dépassé les frontières de la Tunisie francophone, où il est né. D'ailleurs, selon l'historien Guillaume Mazeau, le recours au français n'est pas sans rappeler la révolution française de 1789 « *Le succès du slogan « Dégage ! » montre combien les bégaiements apparents de l'histoire dissimulent des appropriations et des actualisations qui font s'entrechoquer les cultures et les temporalités révolutionnaires. Scandé en*



*français, il fut rapidement salué comme le signe du rôle que continuait à jouer la francophonie dans la diffusion des valeurs démocratiques.* <sup>283</sup>».

Si l'historien Guillaume Mazeau trouve dans la révolution tunisienne une réédition de la révolution française, c'est parce que les deux peuples réclament la même chose : accéder à la dignité et chasser le dictateur du pays. Or, il estime que le mot « *dégage* » fait également résonance à l'époque coloniale. « *Cette légende dorée des Lumières françaises omet de préciser que le mot n'est pas du français, mais du « françarabe », prononcé « Digage », interjection dont étaient victimes les Tunisiens pendant la période coloniale : « ce sont les Français qui nous disaient Digage*<sup>284</sup>. »

Quoi qu'il en soit, les tunisiens s'approprient le mot à chaque fois qu'ils réclament un changement politique. Comme le montre le capture d'écran, au lendemain du « *vendredi de la colère* », la plus importante manifestation depuis le départ du président Ben Ali. Ce jour-là, des dizaines de Tunisiens entonnent des chants populaires et crient « *dégage* » pour réclamer le départ de Mohamed Ghannouchi, le chef du gouvernement de transition. Jeunes, étudiants, lycéens et chômeurs dénoncent sa « *lenteur* », mais aussi ses « *ruses* » pour « *confisquer la révolution* » et rétablir la dictature. Premier ministre depuis 1999 de l'ancien président Ben Ali, Mohamed Ghannouchi, maintenu dans ses fonctions, est particulièrement visé par les manifestants. Ils lui demandent de dégager immédiatement.

Le « *dégage* » des Tunisiens s'exporte par la suite en Egypte. Le « *Dégage, Ô Ben Ali* » cri de ralliement tunisien, devient aisément « *Irhal ya Moubarak* » (Ô Moubarak Dégage). Mais les Egyptiens se l'approprient à leur manière, en le transformant en son équivalent sémantique en arabe « *Irhal* ». Comme en français, c'est un ordre, un verbe conjugué à l'impératif présent, mais s'adressant cette fois au président Moubarak. De plus, le tutoiement s'impose, pour casser cette distance mise entre gouverné et gouvernant. La manière dont les Egyptiens ont réactualisé le mot « *Irhal* » indique que le lien avec l'histoire et les anciennes valeurs n'est jamais rompu.

Hayat Lydia Younga va plus loin et confirme que « *c'est grâce à cette révolution de 2011 que le lien a été à nouveau restauré avec le sens des anciennes valeurs de l'époque nationale et moderne*

---

<sup>283</sup> Guillaume MAZEAU, « La ronde des révolutions », publié dans *laviedesidees.fr*, le 16 avril 2013, in <http://www.laviedesidees.fr/La-ronde-des-revolutions.html>

<sup>284</sup> *Ibid*

arabe, notamment la revendication d'un Etat civique et non pas religieux, mais également celles qui sous-tendent une certaine façon de vivre : savoir joindre l'humour, la poésie, le chant et l'art, au militantisme et à la prière ; savoir vivre ensemble hommes et femmes, musulmans, chrétiens ou sans appartenance religieuse.<sup>285</sup>». Ainsi, même le sens de l'humour que les Egyptiens ont laissé entrevoir pour « dégager » Moubarak révèle que cette révolution est porteuse de l'héritage du passé.

Le mot « *dégage* » continue son voyage d'un pays à l'autre, et atterri dans les rues de Bengazi. Mais, avant que le pays ne sombre dans la violence, avant que la révolution pacifiste des libyens ne se transforme en révolution armée, le cri « *Irhal* » des libyens pour revendiquer la dignité, l'égalité et la liberté d'expression s'est accompagné d'une libération de la voix citoyenne.

Si la voix se libère, le crayon aussi. Comme l'illustre la capture d'écran, nous sommes devant une caricature qui reflète parfaitement la situation politique du pays. Le « *Irhal* » des Libyens divise le pays en deux camps. Les loyalistes à Mouammar Kadhafi, et les rebelles. Armés de crayons, les libyens racontent et dessinent leur révolution. Un texte de loi punissant l'outrage à l'Etat, à son emblème, ou à son drapeau a été écrit sous le régime de Kadhafi. Il s'agit de l'article 195 du code pénal, une loi élaborée pour interdire tous les actes considérés comme une attaque à l'encontre de la révolution de l'ancien dirigeant libyen.

Avec ce simple dessin, tous les tabous sont transgressés : le drapeau officiel du pays est remplacé par celui en vigueur de 1951 à 1969, à l'époque du Royaume Uni de Libye, sous le règne du premier souverain libyen Idriss 1<sup>er</sup> al-Senoussi. Un tel geste ne signifie pas une aspiration au retour de la monarchie, mais brandir l'ancien étendard de la monarchie, c'est affirmer son opposition à l'Etat, incarné par Kadhafi.

Ce drapeau symbolise le refus du projet de la « *Grande Jamahiriya arabe libyenne populaire socialiste* » décidée par le « *Guide suprême de la Révolution* », Mouammar Kadhafi, et instaurée en 1969. Les révolutionnaires libyens affirment ainsi leur volonté d'abolition du régime en place.

---

<sup>285</sup> Hayat Lydia YOUNGA, La Révolution arabe de 2011 : à la recherche du sens perdu..., Confluences Méditerranée 2011/2 (N° 77), p. 60

De plus, le drapeau tricolore porte l'histoire et l'identité du pays, puisqu'il est le premier drapeau de la Libye en tant qu'État indépendant.<sup>286</sup>

La nostalgie des anciennes valeurs et l'attachement à l'identité historique sont exprimés par Guillaume Mazeau : « *les révolutions agissent comme des centrifugeuses de temporalités qui non seulement font l'histoire, mais en perturbent le cours. C'est parce qu'elles sont animées par cet « autre temps » plus dense et plus incertain, entrechoquant brusques décrochages et continuités, confrontant l'éphémère et la longue durée que les révolutions demeurent une énigme pour les hommes qui les vivent, ainsi que pour ceux qui cherchent à les comprendre à travers des conceptions linéaires de l'histoire, tissant un fil trop bien tendu entre causes, événements et conséquences, passé présent et futur.* »<sup>287</sup>

L'attachement aux souvenirs d'un passé lointain et glorieux est très présent dans les manières de dire, de dessiner ou d'exprimer la révolution. Les rues arabes sont toujours façonnées par le souvenir d'un passé lointain et glorieux, celui de l'époque où ils se sont soulevés contre la colonisation européenne et ont accédé à l'indépendance.

Les yéménites ont aussi leur façon pour dire « *Irhal* ». Pour réclamer le départ du régime, ils montent sur des bulldozers, ces mêmes bulldozers que les forces pro-Saleh ont mobilisé contre les tentes des protestataires installées sur la place du Changement à Sanaa. En montant sur les bulldozers, les protestataires montrent leur visage, affirment leur position politique, et assument leur action. Nous sommes en train d'assister à une nouvelle manière de manifester et de résister. Cela nous amène à nous interroger sur la possibilité de penser autrement et d'agir autrement.

Pour Geoffroy de Lagasnerie, activité politique et visibilité vont de pair. Le lien entre les deux transparait dans les moyens qu'une personne utilise pour se faire remarquer dans l'espace public. « *Notre inconscient, tel qu'il est façonné par les structures des démocraties libérales, lie politique et publicité. L'espace politique est d'abord, un espace où le sujet entre en contact avec les autres et doit assumer ce qu'il dit et ce qu'il fait. En se présentant devant les autres, le sujet engage son*

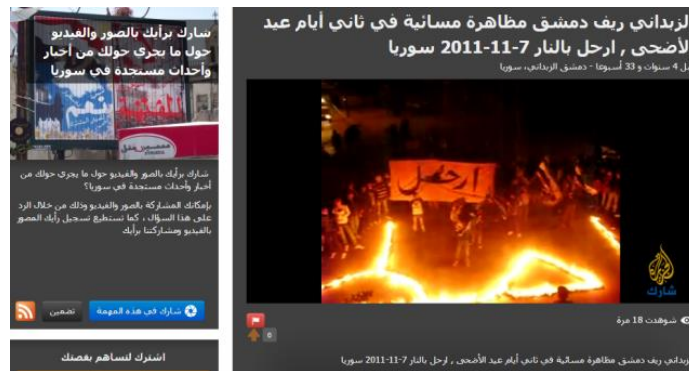
---

<sup>286</sup> François BURGAT, André LARONDE, *La Libye*, Presses universitaires de France, 2003, page 54

<sup>287</sup> Guillaume MAZEAU, *Ibid*, in <http://www.laviedesidees.fr/La-ronde-des-revolutions.html>

nom, sa signature, sa voix : il signe une pétition, il montre son visage, il met en lumière sa situation sociale et les intérêts qui s'y rapportent, il manifeste, etc.<sup>288</sup>»

Le renouvellement de la façon de dire « *irhal* » illustre une corrélation entre manifestation et visibilité. C'est ainsi que la place publique est la scène des manifestations arabes. Une scène de chants, de cris et de danse. L'action de monter sur un bulldozer assure la visibilité des réclamations. On est forcément mieux vus et mieux entendus. Cette différenciation oriente le regard. C'est dans ce contexte que le photographe amateur s'est saisi de l'image. C'est ainsi qu'il a capté ce moment. Mais, avec cet exemple, nous sommes devant la problématique du corps et non plus seulement de la voix. La scène des révoltes est celle sur laquelle des corps se rassemblent et occupent une place. En montant ensemble sur un bulldozer, les corps se rendent visibles.



### Description de la séquence :

**Titre :** الزبداني ريف دمشق مظاهرة مسائية في ثاني أيام عيد الأضحى. ارحل بالنار.

(Manifestation nocturne dans la ville de Zabadani, en banlieue de Damas, au deuxième jour de l'Aïd. Va-t-en Bashar dessiné avec le feu)

**Lieu :** la ville de Zabadani, banlieue de Damas

**Date :** 7-11-2011, il y a 4 ans et 33 semaines

**Nombre de vues :** 18 vues

**Mission :** Participe avec des vidéos et des images sur ce qui se passe en Syrie

Fig. 26 capture d'écran d'un témoignage *Sharek*

<sup>288</sup> Geoffroy DE LAGASNERIE, *L'art de la révolte, Snowden, Assange, Manning, Fayard*, Paris, 2014, p. 43

### Analyse de la séquence (l'art au service de la révolte) :

Dans la ville de Zabadani, comme dans toutes les villes syriennes, les mobilisations appelant au départ de Bashar al-Assad ont rapidement pris différentes formes dans l'espace public. Les rues deviennent un champ d'expérimentation artistique qui assurent une visibilité au cœur des protestations. Le *street art* ou graffiti est l'une des expressions artistiques qui a connu un essor considérable pendant les révolutions. Pour le chercheur Nicholas Korody, le *street art* ou graffiti est un art proprement révolutionnaire, parce que l'artiste se réapproprie les slogans révolutionnaires pour créer son œuvre artistique dans l'espace public.<sup>289</sup>

Dans l'exemple ci-dessous, les protestataires utilisent la technique du feu pour tracer le mot « *Irhal* » dans la rue. C'est une façon créative de communiquer et de faire passer le message des protestataires au régime. Ainsi, le *street art* contribue à traduire visuellement les réclamations politiques. D'ailleurs, l'usage de l'espace public sans autorisation préalable est en soi une transgression de l'ordre établi. Par ses techniques diversifiées et son contenu révolutionnaire, le *street art* devient un art de lutte, de révolte et de défi contre les régimes autoritaires dans le monde arabe.

Mais si les graffeurs sont des « *artistes*<sup>290</sup> » comme dirait l'artiste italien Michelangelo Pistoletto, ceux qui archivent ces créations artistiques révolutionnaires sont donc des « *archivistes* ». Les contributeurs de *Sharek* s'emparent de ces œuvres pour documenter comment chaque population a dit sa révolution et a exprimé ses réclamations. C'est ainsi que la documentation sur la manière de dire le mot « *Irhal* » permet d'archiver la révolte des peuples. Pendant la révolution, ces images et ces vidéos ont visé à documenter les événements en l'absence de couverture médiatique. Elles ont également illustré l'urgence de filmer et de documenter les événements pour les générations suivantes, car tout peut basculer, à n'importe quel moment.

---

<sup>289</sup> Nicholas KORODY, «The Revolutionary Art: Street Art Before and After the Tunisian Revolution» (2011), Independent Study Project (ISP) Collection, Paper 1134, [http://digitalcollections.sit.edu/isp\\_collection/1134](http://digitalcollections.sit.edu/isp_collection/1134)

<sup>290</sup> *Ibid.*

## Conclusion

Entre factuel et fictionnel, entre neutralité et partialité, le récit médiatique oscille. Ce langage hybride négocie avec le spectateur un arrangement : « *L'homme face à ses langages : il ne peut qu'oublier leur fabrique, pour entendre les histoires qu'ils racontent, il joue du demi-croire, je sais qu'il s'agit de convention et d'intention mais quand même je veux croire aux histoires que l'on me raconte.* »<sup>291</sup> Frédéric Lambert explique que la croyance n'est pas synonyme de soumission et de passivité ; elle renvoie à l'action, la participation. Elle est une forme d'intelligence qui permet au spectateur d'être lecteur et acteur d'un récit et, grâce au langage, d'appartenir à une communauté.

C'est justement ce genre de croyance qu'*Al Jazeera* a tenté de créer au sein de sa communauté de spectateurs au cours des vingt dernières années de son existence. Les vidéos promotionnelles d'*Al Jazeera* fabriquent des récits ; la plateforme *Sharek* les accueille. Les deux objets sont des lieux de croyances. Ils privilégient l'archivage et la circulation des récits, et, de façon plus importante, ils autorisent l'implication du spectateur dans la transmission, la circulation et le partage de récits collectifs.

### ***Al Jazeera* : un projet national et les ouvertures vers l'international**

Lors de la première partie de ce manuscrit, nous avons essayé de placer *Al Jazeera* dans le contexte socio-politique dans lequel la chaîne a vu le jour, à travers l'analyse de productions médiatiques qui représentent à nos yeux sa ligne éditoriale. Comme nous l'avons alors montré, si *Al Jazeera* a fait partie des projets de l'émir Hamad ben Khalifa al-Thani pour moderniser son pays, la chaîne a également été un moyen d'asseoir sa légitimité après le coup d'État contre son père en 1995. En effet, mettre au service du téléspectateur arabe un média qui se positionne comme l'allié du peuple a été un moyen privilégié pour protéger le jeune émir des régimes arabes qui lui étaient hostiles.

---

<sup>291</sup> Frédéric LAMBERT, *Je sais bien mais quand même, Essai pour une sémiotique des images et de la croyance*, Paris, Éditions Non Standard, Coll. « SIC (Recherches en sciences de l'information et de la communication) », 2013, p. 15

Une bonne partie des opposants d'*Al Jazeera* continuent à voir en elle un dispositif cathartique destiné à détourner le regard de l'installation des troupes américaines dans les eaux du Golfe. Mamoun Fadi, auteur arabe respecté de la Défense nationale à Washington, explique que, derrière la révolution de l'information, se cachent des régimes autocratiques qui ont toujours la main mise sur la société. En effet, si la parole se libère sur les ondes d'*Al Jazeera*, le véritable pouvoir, lui, demeure entre les mains du régime politique : « *Je suis inquiet de la prolifération des chaînes de télévision par satellite dans le monde arabe, car en se transformant en arène politique, les médias occultent la politique elle-même. Il s'agit d'une sorte de vie par procuration, à travers les médias. Ce n'est pas la vie réelle... Les gouvernements du monde arabe encouragent les médias à se substituer à l'action politique véritable. Vous autorisez les gens à s'exprimer par le biais de manifestations politiques inoffensives, des manifestations qui n'entraînent aucune métamorphose politique d'importance...* »<sup>292</sup>.

Pour Mamoun Fandi, rien ne prouve que la libération des médias soit susceptible de transformer les paroles en actions. La promotion de la modernisation politique et la libéralisation des régimes et de l'information constitueraient ainsi un mécanisme de défense contre des critiques citoyennes provoquées par la présence américaine dans la région. Or, Selon Mohammed El Oifi, en dépit de l'emprise bien connue des États-Unis sur le Qatar, il serait injuste de voir dans *Al Jazeera* un simple dispositif rédempteur : « *La naissance de la chaîne répond d'abord à une logique interne au pays, aux problèmes que lui pose son environnement régional, et notamment ses relations avec l'Arabie Saoudite. Après la guerre de 1991, les émirats du Golfe, prennent conscience de leur fragilité structurelle. L'invasion du Koweït par l'Irak réveille chez les Qataris le souvenir de la domination saoudienne. Sans le gendarme britannique, l'Arabie Saoudite s'approprierait un territoire qui a d'ailleurs un temps fait partie du royaume. Les incidents frontaliers du début des années 1990 ont définitivement convaincu l'émir du Qatar que son pays avait besoin de monter à la surface, de devenir visible sur la scène internationale.* »<sup>293</sup>

*Al Jazeera* est issue d'un contexte géopolitique incertain, où les menaces sécuritaires étaient multiples. Eveiller des sentiments transnationaux et panarabes a donc été un moyen de faire revivre le nationalisme arabe des années 1950 et 1960, et de faire d'*Al Jazeera* la version qatarie et

---

<sup>292</sup> Cité par Hugh MILES in, *Al-Jazira, La chaîne qui défie l'Occident*, Edition française, Buchet/Chastel, Paris, 2006.p. 342

<sup>293</sup> Mohammed EL OIFI, « L'effet Al-Jazira », *Politique étrangère*, n°3, 2004, p. 650

télévisuelle de la radio *La voix des Arabes*, avec une touche plus libérale. A cet égard, asseoir son rôle de leader dans la région devait alors passer avant tout par la création d'une image de soi, maîtrisée et constamment valorisée. C'est ce désir de reconnaissance, d'apparaître non seulement sur la carte géographique mais aussi sur la carte politique, qui a poussé le Qatar à se lancer dans l'aventure *Al Jazeera*.

Néanmoins, la rencontre entre la nécessité d'asseoir sa légitimité et de moderniser le pays ne pouvait être entièrement inadéquate ou malhonnête de la part des dirigeants qataris.

Au moment de sa création en 1996, *Al Jazeera* n'a pas, été pensée par l'Etat qatari « comme une source de « contre-flux contre hégémoniques », destinée à défier le « monopole » qu'exercent les acteurs occidentaux sur les « informations télévisées internationales », mais comme une chaîne épousant le « modèle de couverture pluraliste de l'information » prôné, notamment, par la BBC. Ce n'est qu'après que la télévision ait fait l'objet de nombreuse « attaques » tant « physique, légale que verbales » en raison de sa couverture des conflictualités qui traversent les mondes arabes et musulmanes qu'elle va, progressivement, être investie, par ses dirigeants, d'un rôle plus explicitement « contre hégémonique »<sup>294</sup> souligne Tristant Mattelart.

Pour preuve, *Al Jazeera* a complètement bouleversé le paysage médiatique arabe, a rompu avec les traditions et a mis fin à la tutelle étatique des Américains, qui contrôlaient précédemment l'accès à l'information. En revanche, préfigurer des changements politiques et sociaux au Moyen-Orient n'est pas simple. Au fil des années, *Al Jazeera* a su créer une culture d'échange, de débats et de participation avec le spectateur. Elle est ainsi devenue un élément unificateur. Les Arabes sont désormais mieux informés, ils s'intéressent à ce qui se passe à l'autre bout du monde, et ils participent à la circulation de l'information.

---

<sup>294</sup> Tristant MATTELARD, « Les enjeux de la circulation transnationale de l'information: des agences de presse aux plateformes du web », in *Géopolitique des télévisions transnationales d'information*, op. cit., p. 51



## Les vidéos promotionnelles d'*Al Jazeera* : transmédiagénie en faveur de la réécriture des récits des révolutions arabes

« *La citation sera l'arme absolue du faire croire.*<sup>295</sup> » écrit Michel de Certeau. C'est ainsi que la création d'objets médiatiques perméables, transportables, ouverts et flexibles a été le moyen le plus privilégié par *Al Jazeera* pour favoriser la circulation des récits, et par conséquent le dynamisme des spectateurs. A travers l'analyse d'un corpus constitué de vidéos promotionnelles d'*Al Jazeera*, nous avons essayé de montrer, lors de la deuxième partie de notre recherche, comment le *transmédiagénie* est un enjeu de médiactivisme.

Dans le deuxième chapitre de cette deuxième partie nous avons procédé à une analyse sémiotique des vidéos promotionnelles d'*Al Jazeera* afin de démontrer comment leur architecture se prête à la circulation numérique. En déconstruisant l'objet, nous avons relevé certains facteurs qui l'ont rendu *transmédiagénique* et qui ont participé à sa migration du dispositif télévisuel au dispositif numérique.

Le petit format est le premier facteur. Cette spécificité a non seulement facilité le glissement des « *promos* » et leur insertion dans une playlist *YouTube*, mais elle a eu également un impact sur leur contenu transformé en carnaval d'images. Le deuxième facteur concerne les images fragmentaires des « *promos* ». Ces images parviennent des plateaux des JT, de reportages, de témoignages, de stand-in et mêmes des vidéos amateurs. De plus, elles viennent emprunter à la BD, aux jeux vidéo et aux documentaires. C'est ainsi que ces images portent en elles une charge symbolique forte. D'ailleurs, les « *promos* » empruntent également aux clips musicaux et aux chansons de grands chanteurs du monde arabe. La musique utilisée est le troisième facteur, ancrée dans la mémoire collective, la musique rend les « *promos* » attrayantes voire *transmédiagéniques*.

Quant au logotype de la chaîne, il est le quatrième facteur responsable de la circulation des « *promos* ». Le logo présent dans chaque « *promo* » porte l'identité et l'héritage de la chaîne *Al Jazeera*. Une marque connue et respectée à l'échelle mondiale. S'ajoute un dernier élément, à savoir l'existence d'un dispositif d'accueil adapté au voyage et à la transformation de vidéos promotionnelles d'*Al Jazeera*. Dans le deuxième chapitre de la deuxième partie, nous avons montré comment la circulation numérique des « *promos* » n'aurait pas pu avoir lieu sans la présence de ce dernier facteur de la *transmédiagénie*. Une fois les cinq facteurs analysés, nous

---

<sup>295</sup> Michel DE CERTEAU, *L'invention du quotidien, Arts de faire*, Folio, 1990, p.274

avons montré comment la migration des « *promos* » et leur transformation participe à la création d'un débat numérique. Un débat responsable de la notoriété et de la consécration des vidéos promotionnelles d'*Al Jazeera*.

La déterritorialisation puis la reterritorialisation des « *promos* » nous a permis de mieux les analyser. L'étude des techniques, empruntées au monde du cinéma, de la bande dessinée, des clips et des jeux vidéo, nous a permis de comprendre que le choix des récits reflète la relation qu'entretient le Qatar avec ses voisins. A titre d'exemple, aucune « *promo* » ne fait mention de la révolution de Bahreïn.

Deux hypothèses peuvent expliquer cette stratégie de prudence vis-à-vis du Bahreïn. Tout d'abord, un enjeu politique : étant un des pays du Golfe, la médiatisation de la révolution de Bahreïn aurait pu provoquer une déstabilisation de la région. Ensuite, un enjeu confessionnel : l'opposition à Bahreïn est dirigée par des Chiites, considérés par le gouvernement bahreïni comme alliés de l'Iran, le pays qui représente la plus grande menace pour les pays du Golfe. Ainsi, la présence de certains récits au détriment d'autres permet d'observer que ces « *promos* » sont un discours critique sur la politique éditoriale d'*Al Jazeera* et sur ses engagements vis-à-vis de l'histoire.

Même si certaines vérités historiques ont ainsi été exclues du projet des « *promos* », elles peuvent être considérées comme un discours, qui sans prétention historique, construit une mémoire collective.

Les « *promos* », par leur langage scripto-audio-visuel, favorisent la naissance de nouvelles manières de rendre compte de l'histoire événementielle. Elles sont un champ riche pour expérimenter de nouvelles formes narratives. Notre analyse narrative des « *promos* » nous a permis de dégager leurs traits généraux, et d'identifier un certain nombre de repères auxquels la « *promo* » fait constamment référence. D'abord, ce projet consiste à raconter l'actualité politique par touches successives, par fragments. En d'autres termes, il s'agit de narrer un récit en cours d'élaboration, et dont le dernier chapitre n'a pas encore été écrit. Ensuite, au moyen de la narration, il est question de faire glisser le factuel vers le fictionnel, pour créer une variation historique et culturelle des événements réels. Cette transformation sémantique est nécessaire pour établir un dynamisme communicationnel avec le spectateur, et modifier sa perception du réel.

Outre leur charge narrative, les « *promos* » ont une forme sérielle qui leur attribue une unité spatio-temporelle autant interne qu'externe. Ce mode de configuration narrative s'appuie sur la

force du système causal pour faire émerger des relations d'interdépendance entre les différents épisodes, produisant ainsi à la fois un effet d'unité et de suspension, responsables de nombreuses modulations et hybridations. Les « *promos* » sont donc proches de ce qu'Umberto Eco appelle un « *retake* » : « *dans ce cas on recycle les personnages d'une histoire à succès dans un autre récit, en racontant ce qui leur est arrivé à la fin de leur première aventure* <sup>296</sup> ». La forme stéréotypée, qui s'incarne notamment dans la fin ouverte, donne l'occasion d'exploiter une histoire avec des péripéties variées.

Cette fin ouverte d'une « *promo* » attribuée à l'histoire racontée une certaine « autonomie narrative » permettant la reproduction de cette histoire. C'est ainsi qu'elle « *connaît de nouveaux développements qui prennent sens par rapport aux épisodes antérieurs, mais qui peuvent également être éventuellement perçus comme formant un ensemble indépendant du précédent* <sup>297</sup> ». Le recours à la forme sérielle tend à faire de chacun des épisodes une variété d'un même récit. De ce fait, le regroupement des « *promos* » dans une forme sérialisante, à savoir une playlist, contribue à faire émerger des relations de résonance entre les différents épisodes. La playlist n'invente rien, mais elle permet de percevoir les effets d'écho qui seraient restés inobservés si les « *promos* » n'avaient pas été rassemblées.

La forme sérielle de la playlist permet de pénétrer à l'intérieur de chaque micro-récit et d'accéder aux structures souterraines du grand récit. Si le caractère suspensif des « *promos* » procède par la décomposition du monde en fragments éclatés, le caractère unitaire qui y est assorti permet de recomposer le monde dans une énorme fresque narrative. Cela nous amène à considérer les « *promos* » au sein de la playlist comme des objets moralisants, capables de créer un effet réseau entre les micro-récits, même lorsque ces derniers s'étalent sur plusieurs années, voire plusieurs décennies.

Par leur forme sérielle, leur contenu narratif et leur forme courte, les « *promos* » s'inscrivent pleinement dans la problématique de la *trivialité*. La question de la temporalité est assez significative. Les « *promos* » représentent le monde arabe et son actualité sous une forme fictionnelle qui se déploie dans un espace-temps réduit. Il en résulte une expérience

---

<sup>296</sup>Umberto ECO, « Innovation et répétition : entre esthétique moderne et post-moderne », in *Réseaux*, n°68 : « Les théories de la réception », 1994, p.15.

<sup>297</sup>Pierre BEYLOT, *Le récit audiovisuel*, Paris, Armand Colin Cinéma, 2005. p. 53.

sémiotiquement condensée. Adopter un format publicitaire à diffusion répétitive est perçu comme un moyen de solliciter et d'actualiser constamment la mémoire du spectateur.

Sous l'effet d'actualisation produite par l'image mouvante et sonore, le passé se trouve parfaitement imbriqué au registre du présent. Cependant, « *en raison de l'évanescence de l'image qui toujours s'efface au profit de la suivante, c'est un présent toujours en fuite*<sup>298</sup> ». Actuelle et éphémère, l'image des « *promos* » diffusées à la télévision échappe constamment au spectateur. Cette qualité temporelle insaisissable de l'image exprime un présent imparfait, se produisant sous les yeux du spectateur. Quant au passé qui émerge et hante les images mouvantes, c'est une trace tangible, une touche de réel qui décélère l'accélération du présent, et impose un temps réflexif. L'opposition entre le passé accompli et le présent inaccompli place le spectateur devant une expérience temporelle inédite qui l'intrigue, qui le trouble.

Dès lors, il se met au travail ; il est amené à formuler des hypothèses sur le contexte historique, culturel et esthétique dans lequel s'inscrit un récit. Or, comme nous l'avons déjà expliqué, les « *promos* » sont des objets insaisissables, jamais totalement accessibles au spectateur. Ce côté provocateur des « *promos* » joue un rôle essentiel dans la migration *transfrontalière* de ces objets. L'archivage numérique des « *promos* » au moyen de la playlist est donc un moyen de lutter contre la vanité de ces objets et du présent qu'elles représentent. Grâce au dispositif technique, il est finalement possible de vaincre le caractère insaisissable des « *promos* » et de les domestiquer.

La playlist, ce dispositif de dépôt et de collecte, a un aspect magique ; la lecture chronologique que permet cet outil inscrit les « *promos* » dans un projet de construction historique. Le caractère ouvert de la playlist réactualise la recherche du complet, et contribue à conserver le sentiment illusoire d'une possible plénitude. Le rôle de la playlist ne s'arrête pour autant pas là ; elle s'inscrit également dans le noble projet de la patrimonialisation.

La playlist sauve ces petites formes de leur nature mobile, de leur vie nomade, et les transforme en patrimoine culturel, à la fois personnel et collectif, que le *webspectateur* peut revisiter afin de revivre une expérience temporelle inédite, et ce dès qu'il le souhaite. La playlist réunit des objets de court métrage, dont la durée ne dépasse pas une quarantaine de secondes. Certes, l'élaboration d'un tel objet demande beaucoup moins de moyens et de temps qu'un long métrage. Mais, de la

---

<sup>298</sup> André GARDIES, *Le récit filmique*, Paris, Hachette, 1993. p. 86.

même manière qu'en littérature la nouvelle est un genre qui exige de concentrer ses efforts, le court métrage impose de rassembler toutes les qualités d'un long métrage dans une durée courte. C'est dans ce format court, à caractère transfrontalier qui relie le factuel au fictionnelle, le présent au passé, le fragment à la totalité que les histoires de la guerre de Gaza ou des Printemps arabe sont racontées. Dire le maximum dans le minimum constitue l'ingéniosité des « promos ». Ainsi, la création d'objets au langage hybride et provocateur, ayant une forme courte et susceptible de s'insérer dans un dispositif d'accueil tel que *YouTube*, sont les éléments responsables de la *transmédiagenie* des « promos », et par conséquent du médiactivisme des spectateurs.

### ***Sharek* : raconter les révolutions arabes à travers les témoignages d'activistes archivistes**

Avec l'offre des nouveaux moyens de communication, *Sharek* a vu le jour, et dans le contexte d'une censure médiatique des contestations populaires, la plateforme est devenue un espace médiatique alternatif. Pendant les révolutions arabes de 2011, *Al Jazeera* a été porteuse de nouveauté. Elle a créé le site *Sharek* « *participe* », une plateforme participative qui met en valeur le témoignage et son auteur. Elle a offert une chance rare au citoyen arabe de partager ses témoignages, elle lui a permis d'exister dans un espace public virtuel. En revanche, la création de *Sharek* est issue d'un contexte assez contraignant pour *Al Jazeera*. *La plateforme a vu le jour dans le contexte d'un black-out médiatique des contestations populaires.*

En Tunisie, les médias dits « traditionnels » n'évoquaient pas les mouvements de protestation qui commençaient à secouer le pays. Le même scénario s'est répété en Egypte. *Par conséquent, les contributions amateurs de Sharek ont apporté de l'éclairage aux angles morts dans les révolutions arabes. Bien évidemment, à cause de la censure imposée par les régimes autocratiques, et compte-tenu du manque de journalistes sur place, Sharek est devenu un espace de coproduction, y compris pour la chaîne et pour ses activistes.*

La plateforme permet d'impliquer les témoins dans la production des événements, de les représenter de manière dynamique, de les rendre visibles, et de leur donner sens. C'est ainsi que *Sharek* est devenu un espace alternatif, et que les expériences individuelles des témoins sont devenues des expressions du soi, l'affirmation d'une présence, d'une identité. Dans ce sens, un

témoignage sur *Sharek* n'est pas neutre ; il devient une prise de position. Puisque le témoin fait partie du récit, il n'est pas innocent dans sa démarche, à l'opposé d'un journaliste professionnel dépendant d'une institution médiatique.

La circulation des récits est même le fruit d'un contrat, qui régit la relation entre *Al Jazeera* et sa communauté de téléspectateurs. En effet, parmi les conditions d'utilisation du site *Sharek*, nous lisons : «بمشاركتك بأي مساهمة مع الجزيرة فإنك توافق على منحها تصريحاً بلا أي مقابل باستخدام هذه المادة بأي طريقة : تريدها لخدمات الجزيرة.»

« *En participant avec Al Jazeera vous acceptez de lui donner l'autorisation d'utiliser sans aucune contrepartie le contenu que vous postez dans autant de supports qu'elle le souhaite.* »

Avec ce contrat, les témoignages postés sur la plateforme sont susceptibles d'avoir une autre vie, un nouveau parcours sur d'autres dispositifs médiatiques d'*Al Jazeera*. Cependant, dans un article de William Youmans intitulé *Al Jazeera English's Networked Journalism during the 2011 Egyptian Uprising*,<sup>299</sup> le chercheur s'interroge sur la cohérence de cette promesse relationnelle. En effet, après avoir analysé le contenu de 211 vidéos amateur *YouTube* en relation avec la révolution égyptienne, vidéos postées par *Al Jazeera* entre le 25 janvier et le 20 février 2011, il découvre que la majorité des vidéos amateurs ne sont pas diffusées à l'antenne ; elles sont uniquement disponibles en ligne. Ainsi, peu de contributions amateurs sont effectivement utilisées pour alimenter les émissions et programmes d'*Al Jazeera*.

De même, il nous est presque impossible de vérifier si certaines contributions de *Sharek* ont été diffusées par la chaîne. *Al Jazeera* se sert des images et vidéos amateurs, mais il n'est pas facile de vérifier si ces contributions sont récupérées sur la plateforme *Sharek* ou pas. Très peu de contributions amateurs sur *Sharek* migreront vers d'autres dispositifs d'*Al Jazeera*. Pour le responsable des réseaux sociaux chez *Al Jazeera*, Riyadh Minty ce phénomène s'explique par la lourdeur du travail de vérification des sources et du contenu : «*Everything that comes in gets screened by someone from my team. They'll go through it and first try and verify the location-that it was, in fact,*

---

<sup>299</sup> William YOUMANS, «Al Jazeera English's Networked Journalism during the 2011 Egyptian Uprising», in Saba Bibawi, Diana Bossio, eds, *Social Media and the Politics of Reportage: The «Arab Spring»*, New York, Palgrave-Macmillan, 2014, pp. 66-67

*where the people said it is. They'll listen to accents. They will then decide whether or not it's too gruesome to post online. If it's too gruesome, it gets archived. If it's not too gruesome, it will be posted on the website. Our team goes through it to decide if they want to use it on TV, then to start getting a lot more context around it. That's kind of at the heart of what we try to do, at least in TV and on the web, with the citizen video ... provide context around a story. Just getting the video, you know, it's telling you what's happening right here, right now but it's not telling you why it's happening or what happened. So then our TV teams will do a lot more investigation before broadcasting it, and if it's editorially viable and it links into a broader story they'll then use it onscreen.* <sup>300</sup>»

Certes, le contrôle du contenu amateur est laborieux, mais il en vaut parfois la peine. Ainsi, les vidéos diffusées en exclusivité sur *Al Jazeera*, montrant la mort de l'ex-président libyen Mouammar al Kadhafi, étaient des images amateurs, se rappelle Riyadh Minty : «*The video we got of Gadhafi was a citizen video, the final video that showed that Gadhafi was killed; that was someone who recorded on a mobile device and gave it to us.* <sup>301</sup>»

En revanche, *Sharek* n'est pas conçu pour devenir une source d'information pour *Al Jazeera*. *Sharek* offre à la communauté de téléspectateurs et d'internautes d'*Al Jazeera* la possibilité de s'exprimer publiquement en utilisant des outils numériques interactifs et collaboratifs. La plateforme donne les moyens aux témoins de faire entrer leurs témoignages dans l'espace public, et les encourage à envoyer leurs témoignages sur le site. Elle leur permet de prendre la parole, de participer, et de devenir visibles, comme le confirme Riyadh Minty : «*It's not just a way for us to*

---

<sup>300</sup> Riyadh MINTY : « Tout le contenu que nous recevons est visualisé par quelqu'un de notre équipe. D'abord, on le regarde, puis on essaie de vérifier l'authenticité de la localisation. On écoute les accents des gens. Ensuite, on décide si le contenu est terrible ou pas. S'il ne l'est pas, on l'archive. S'il est diffusable sur le site web, on le poste. Notre équipe regarde le contenu en entier, et décide si on veut l'utiliser à la télé. Ensuite, on essaie d'en savoir plus sur le contexte. Cela est justement ce qu'on essaie de faire avec les vidéos citoyennes, au moins à la télé et sur le web. Avoir la vidéo ne suffit pas, comme vous le savez, la vidéo informe sur ce qui en train de se passer, à un moment donné, mais elle n'explique pas pourquoi et comment cela est arrivé. Donc, notre équipe télé se doit de faire beaucoup d'investigation avant la diffusion d'une vidéo. Si elle est éditorialement correcte et liée à un récit plus large, alors on peut l'utiliser à l'écran. <sup>300</sup>», in Troy Dreier, « Al-Jazeera Enables Citizen Journalism With Online Video, *Streaming Media magazine* », Août / Septembre 2012, in <http://goo.gl/aLVUOi>

<sup>301</sup> Riyadh MINTY : « La vidéo de Kadhafi qui montrait sa mort était une vidéo amateur. Une personne l'a filmée avec son téléphone portable et nous l'a donnée. », in Troy Dreier, « Al-Jazeera Enables Citizen Journalism With Online Video, *Streaming Media magazine* », Août / Septembre 2012, in <http://goo.gl/aLVUOi>

*gather content, but it becomes its own functioning community of citizen journalists and people who want to express themselves and tell stories, interacting with each other.*<sup>302</sup> »

Les images de la violence sont omniprésentes dans les témoignages de *Sharek*. Ce n'est pas une surprise, puisqu'un témoignage se justifie par sa force d'authenticité et le désir de dénoncer une injustice où la violence d'un pouvoir se manifeste contre une victime. Il porte les traces d'une écriture événementielle qui privilégie les ruptures et les accidents. Mais ces témoignages deviennent aussi des traces du passé, des preuves de ce qui est advenu. Ainsi, il revêt un caractère documentaire. En même temps, il raconte des expériences personnelles. Il est donc à mi-chemin entre la mémoire et l'histoire, entre le document historique et l'autobiographie.

Les témoignages portent souvent sur les récits des survivants et des rescapés. Ces personnes sont les seules capables de témoigner de ce qu'elles ont vu, entendu et vécu. Or, pour Arnaud Martin, la mémoire personnelle du témoin dépasse le simple contexte des faits individuels. Le témoignage personnel s'inscrit souvent dans une démarche de reconnaissance collective du passé commun, et met la lumière sur l'histoire du groupe : « *Il serait trop facile et réducteur de voir dans la mémoire un répertoire de sentiments et de sensibilités sur le passé, de la concevoir comme un musée immatériel [...]. La mémoire de la violence assumée, au plein sens du terme, ne doit donc pas être comprise comme une simple évocation de faits déjà produits, ni comme une simple expérience intellectuelle. Nous parlons plutôt d'une communion d'expériences teintée d'affectivité, qui aspire à établir un pont entre le passé et le présent pour redonner un sens nouveau et supérieur à des événements auxquels, par ce simple fait, le temps a mis un terme.* »<sup>303</sup>

En 2011, *Sharek* était seulement un moyen d'informer et de s'informer sur les mouvements de révoltes dans le monde arabe, notamment quand les médias dits traditionnels étaient absents. En effet, *Sharek* a monumentalisé son espace virtuel par des contributions amateurs, en leur donnant la valeur de remémoration.

---

<sup>302</sup> Riyad MINTY : « *Sharek* n'est pas seulement un moyen pour nous d'avoir un contenu médiatique, mais elle a sa propre communauté de journaliste citoyens et de gens qui veulent s'exprimer, témoigner, et entrer en interaction les uns avec les autres. », *ibid.*

<sup>303</sup> Arnaud MARTIN (éd.), *La mémoire et le pardon : les commissions de la vérité et de la réconciliation en Amérique Latine*, Paris, L'Harmattan, 2009, p. 109



Aujourd'hui, la plateforme accueille des vidéos et des images des faits du passé. Elle donne un accès rétroactif aux événements vus, entendus et documentés par un témoin. Elle est un pont vers les souvenirs du témoin. En revanche, même s'il est personnel, le témoignage se focalise sur l'événement auquel il a pris part. C'est ainsi qu'il entre dans la sphère publique et acquiert une portée collective.<sup>304</sup>

*Sharek* propose de médiatiser les événements des révolutions arabes par le biais des témoignages personnels. L'objectif n'est pas de chercher des preuves ou d'attester sur l'authenticité d'un événement. La plateforme cherche à valoriser la dimension subjective du témoin, ses émotions et ses états d'âme, sa capacité à transmettre les expériences vécues quels que soient les moyens et stratégies qu'il déploie pour y parvenir. Que les images soient prises par une caméra digitale ou par un téléphone portable, qu'elles soient claires ou floues, peu importe : le rôle de *Sharek* est de transmettre des témoignages qui finiront ensemble par construire une mémoire collective.

Les témoignages de *Sharek* ne sont ni des témoignages judiciaires ni des témoignages historiques. Que documentent-ils alors ? Des gens qui crient d'une seule voix : «*Dégage!*», qui dessinent sur les murs, qui chantent les aspirations démocratiques, qui dansent au rythme d'une musique folklorique ; tout simplement l'art d'agir, de dire et de faire des protestataires. Cet art est né dans la rue, dans l'espace public. Il tire sa force créatrice de son environnement immédiat. Les protestataires artistes s'emparent de tout (papier, feu, pain) pour faire entendre leurs réclamations publiques, longtemps enfermées dans le tiroir de l'invisible.

L'art confère à l'expression de soi une soudaine visibilité. Il déverrouille la parole, libère le langage, et permet de dire autrement. Les témoignages documentent non seulement la libération de la parole, mais également l'émancipation de l'art, précédemment soumis lui aussi à la dictature.

Pendant la révolution égyptienne, le *street art* est même devenu une forme de discours critique sur la politique du pays, souligne Lina Khatib, directrice du programme sur les réformes et la démocratie dans les pays arabes à l'Université de Stanford : « *l'art urbain qui a surgi dans le contexte de la révolution témoigne de l'effondrement du mur de la peur et des tabous. Les murs des rues ont presque remplacé les journaux par leurs commentaires sur le cours de la révolution. À peine le pays se heurte-t-il à un nouveau défi que les artistes de rue attirent l'attention du public*

---

<sup>304</sup>Daniel VANDERVEKEN, *Les actes de discours : essai de philosophie du langage et de l'esprit sur la signification des énonciations*. Bruxelles, Mardaga. 1988, p. 172

sur ce défi en question. De la sorte, le street art a joué un rôle dans l'émergence d'une nouvelle sphère publique en Égypte, où l'on a pris conscience des problèmes qui concernent les citoyens, où des sujets jadis tabous sont mis en lumière et où des débats sur ce qui peut en être fait sont menés.<sup>305</sup>»

En effet, avant les révolutions de 2011, il était inconcevable de voir des écritures ou des dessins de contestation dans l'espace public. Tout a changé pendant les révolutions : sur les murs sont peints des caricatures des dictateurs, les pancartes soulevées ne manquent pas d'ironie, et même la musique retrouve sa charge révolutionnaire constate Mohammad Abdel Hamid<sup>306</sup>. L'espace public se transforme en salle de concert, en théâtre à ciel ouvert, où les actes artistiques se multiplient et se jouent en direct, devant le public, comme si la fête de la musique du 21 juin s'invitait pour la première fois dans l'espace public arabe pour donner voix aux expressions artistiques.



Fig.1 Captures d'écran de plusieurs vidéos promotionnelles d'Al Jazeera montrant quelques expressions populaire et artistiques à l'espace public pendant les révolutions arabes de 2011

Que subsiste-t-il des réclamations populaires pacifiques et des aspirations démocratiques qui ont constitué le cœur des contributions de *Sharek* ? Que reste-t-il de la plateforme qui était jadis un

<sup>305</sup> Lina KHATIB, *Street art et révolution égyptienne*, Barcelona, Institut Europeu de la Miditerrània (IEMED), 2013, p. 322

<sup>306</sup> Mohammad Abdel Hamid, *La médiation socionumérique du street artivisme en Egypte (2010-2013) et sa contribution à l'émergence d'un public politique : approche sémiotique d'une expérience esthétique révolutionnaire*, (sous la direction de Jocelyne Arquembourg), sciences de l'information et de la communication. Université Sorbonne Paris Cité, 2017. p.15

répertoire des témoignages des révolutions arabes de 2011 ? Cinq ans plus tard, la plateforme est presque inopérante, mais ce dispositif médiatique événementiel a rempli son devoir. Aujourd'hui, elle accueille *un patrimoine historique et culturel de la population arabe, qui veille sur la mémoire et empêche l'oubli*. Pour revisiter ces lieux de mémoire, il suffit de se rendre sur la plateforme et de laisser défiler les témoignages.

Avec le temps, ces contributions prendront un sens nouveau au regard d'une communauté qui souhaite les maintenir, en vue de servir d'aide-mémoire, et de donner en quelque sorte aux révoltes du peuple une forme qui perdure. Finalement, ces créations, qui datent maintenant de 4 ans ou 5 ans, ont la valeur d'« ancienneté », elles portent les traces d'un passé plus ou moins lointain, substance évanescence du rêve de la liberté qui a traversé toute la population arabe en 2011. Aujourd'hui, les images et les vidéos amateurs de *Sharek* sont des monuments témoins d'un temps révolu.

Que ce soit à travers la création d'un site de dépôt de courts témoignages ou à travers la création de vidéos promotionnelles à format court, *Al Jazeera* a tout simplement créé des points d'accès multiples où des dispositifs médiatiques et numériques se sont constitués en espace public, laissant à chacun le soin de s'en emparer, ou pas. De ce point de vue, *Sharek* et les vidéos promotionnelles ont participé au processus d'élargissement de l'espace public et à la démocratisation de l'information.<sup>307</sup>

Pour Dominique Cardon, à l'ère d'internet, la définition du terme « démocratie » est à lire sur une échelle large, « *impliquant l'existence d'une véritable liberté d'expression et d'auto-organisation de la part des citoyens pour le bien commun et le partage du savoir.* »<sup>308</sup> Il s'agit donc de cette possibilité de manipulation, d'hybridation, de création, qu'un média peut offrir.

Grâce aux créations d'*Al Jazeera*, de nouveaux acteurs sont entrés dans le jeu de la diffusion et de la distribution de la parole publique. Les professionnels de la communication ne sont plus les seuls à participer à la démocratisation de l'information, les amateurs le font aussi, et à leur manière. *Sharek* et les vidéos promotionnelles d'*Al Jazeera* ont ainsi donné naissance à des formes

---

<sup>307</sup> Dominique CARDON, *La démocratie Internet : promesses et limites*, 2010, Seuil, Paris.

<sup>308</sup> Dominique CARDON, Marie-Carmen SMYMEELIS, « La démocratie Internet. Entretien avec Dominique Cardon », *Transversalités* 3/2012 (N° 123), p. 65-73, [www.cairn.info/revue-transversalites-2012-3-page-65.htm](http://www.cairn.info/revue-transversalites-2012-3-page-65.htm).

d'expression nouvelles, où les subjectivités des auteurs sont valorisées, et où toutes les contributions sont les bienvenues.

Aujourd'hui, en 2017, *Al Jazeera* se trouve à nouveau dans l'œil du cyclone avec la crise du Golfe. Parmi les demandes adressées par la coalition saoudienne au Qatar pour reprendre les relations diplomatiques il y a la fermeture d'*Al Jazeera*. Une demande jugée irrecevable par l'émir de Qatar Cheikh Tamim ben Hamad Al Thani tout comme les douze autres exigences formulées par l'Arabie saoudite, l'Égypte, les Emirats Arabes Unis et le Bahreïn.

L'accusant de soutenir le terrorisme, ces pays ont décidé depuis le 5 juin 2017 de rompre leurs relations diplomatiques avec le Qatar. Dans l'émission « 60 minutes » diffusée dimanche 29 octobre 2017 sur la chaîne américaine CBS, L'Emir du Qatar Cheikh Tamim Ben Hamad Al-Thani a déclaré que la fermeture de la chaîne *Al Jazeera* est inacceptable, et a souligné que les pays qui ont mis fin à leur relation avec le Qatar cherchent à placer l'état qatari sous tutelle : « Ils veulent un changement de régime, c'est évident ... Nous appelons à promouvoir la liberté d'expression et cela ne plaît pas au pays voisins. Ils pensent que c'est une menace pour eux »<sup>309</sup>. En soulignant que « la souveraineté est une ligne rouge et que le Qatar n'accepte aucune interférence dans sa souveraineté », l'émir du Qatar réfute toutes accusations de l'Arabie saoudite et ses alliés.

Les tensions diplomatiques entre le Qatar et les pays du Golfe ne sont pas nouvelles, mais cette fois une coalition anti-Qatar se forme et conduit à la suspension des échanges terrestres, aériens et maritimes. Pourquoi *Al-Jazeera* se trouve-t-elle au cœur de cette crise ? Il faut remonter vingt ans en arrière, à la création de la chaîne pour voir que les accusations d'aujourd'hui sont celles d'hier. Au début, comme nous l'avons déjà montré, le ton relativement indépendant et pluraliste d'*Al Jazeera* a toujours été critiqué notamment par les Saoudiens. Puis *Al Jazeera* s'est fait plus connaître à travers ses scoops pendant les conflits en Afghanistan en 2001, en Iraq en 2003 et à Gaza en 2009. Ensuite, elle s'est construite une solide réputation lors des révolutions arabes en 2011.

---

<sup>309</sup> Interview avec Cheikh Tamim ben Hamad Al-Thani, le 29/11/2017, *60 minutes*, in Doha centre for media freedom, <http://www.dc4mf.org/fr/content/1-emir-du-qatar-%C3%A0-la-chaine-cbs-la-fermeture-d-al-jazeera-est-inacc%C3%A9ptable-10432>

*Al Jazeera* est toujours la chaîne d'information internationale la plus regardée dans le monde arabe. Deux sondages réalisés par les instituts Ipsos et Sigma ont montré qu'au cours du premier trimestre 2013, « le nombre de téléspectateurs d'*Al Jazeera* dans la région Moyen Orient-Afrique du Nord a dépassé de 34% le nombre de téléspectateurs de toutes les autres chaînes d'informations combinées ». Selon ce sondage, *Al Jazeera* est en tête du classement avec 25,23 millions de téléspectateurs, suivie par sa concurrente saoudienne, *Al Arabiya*, (14,54 millions)<sup>310</sup>. Cette étude a été publiée alors que la chaîne qatarie était vivement critiquée d'avoir soutenu les soulèvements populaires dans plusieurs pays arabes notamment l'Egypte, la Tunisie et la Libye.

---

<sup>310</sup> *L'Express*, « Al Jazeera en tête de l'audience dans le monde arabe », 23 mai 2013, *in* [https://www.lexpress.fr/actualite/medias/al-jazeera-en-tete-de-l-audience-dans-le-monde-arabe\\_1251022.html](https://www.lexpress.fr/actualite/medias/al-jazeera-en-tete-de-l-audience-dans-le-monde-arabe_1251022.html)

## Bibliographie

Les principales divisions de cette bibliographie sont les suivantes :

- Histoire et géopolitique d'*Al Jazeera*
- Sémiotique d'une playliste, la révolution en bande annonce
- Médiactivisme et Écriture web

Ces trois entrées thématiques retracent la ligne directrice qui a guidé notre réflexion tout au long de la thèse. Les ouvrages et articles de notre première entrée bibliographique discutent tous le projet *Al Jazeera* de l'émir Hamad ben Khalifa al-Thani. Un projet inséparable de l'histoire du régime qatarie en quête de légitimité internationale après le coup d'Etat de 1995 comme le constate Hugh Miles dans *Al-Jazira, la chaîne qui défie l'occident*<sup>311</sup>. Les stratégies de reconnaissance internationale sont un des enjeux majeurs des programmes de la chaîne *Al Jazeera*. Des ouvrages tels que *Pluralisme et démocratie*<sup>312</sup> de Michael Walzer nous placent au cœur d'une réflexion sur les stratégies médiatiques de visibilité qui ont constitué les courants fondamentaux de la création d'*Al Jazeera*.

Notre deuxième entrée bibliographique rassemble des ouvrages et des articles qui nous ont aidés à analyser sémiotiquement la forme et le contenu de notre playliste *Youtube*. Dans cette optique, l'ouvrage collectif dirigé par Sylvie PERINEAU, *Les formes brèves audiovisuelles. Des interludes aux productions web*<sup>313</sup> était incontournable. Des ouvrages tels que *Vertige de la liste*<sup>314</sup> d'Umberto Eco nous a permis également d'examiner la relation qui s'établit entre la technique et les pratiques sociales et numériques. En même temps, notre analyse des images et des sons était guidée par la lecture des ouvrages tels que *Mythologies*<sup>315</sup> de Roland Barthes et des articles à l'instar de *L'hystoire. Récits d'archives recyclées*<sup>316</sup> de Frédéric Lambert.

---

<sup>311</sup> MILES Hugh, *Al-Jazira, la chaîne qui défie l'Occident*, Edition française, Buchet/Chastel, Paris, 2006.

<sup>312</sup> WALZER Michael, *Pluralisme et démocratie*, Paris, Esprit, 1997.

<sup>313</sup> PÉRINEAU Sylvie (dir.), *Les formes brèves audiovisuelles. Des interludes aux productions web*, Paris, CNRS Éditions, 2013.

<sup>314</sup> ECO Umberto, *Vertige de la liste*, Paris, Flammarion, 2009.

<sup>315</sup> BARTHES Roland, *Mythologies*, Paris, Editions du Seuil, 1970.

<sup>316</sup> LAMBERT Frédéric, « L'hystoire. Récits d'archives recyclées », in *Les cahiers du collège iconique*, Volume XIX, 2005. Edités par l'Inathèque et l'INA, 4e trimestre 2006

La troisième entrée bibliographique rassemble des ouvrages et articles qui nous ont permis de comprendre les enjeux liés à la participation du public pour poster des vidéos amateurs dans le site web *Sharek*. Notre lecture de *Médiactivistes*<sup>317</sup> de Dominique Cardon et Fabien Granjon nous a été essentiel pour comprendre le dynamisme et la participation des acteurs. D'autres ouvrages comme *Le cyberactivisme au Maghreb et dans le monde arabe*<sup>318</sup> dirigé par Sihem Najjar étaient incontournable pour la compréhension des enjeux liés à l'activisme des acteurs sociaux durant les révolutions arabes.

## I. Histoire et géopolitique d'Al Jazeera

### 1. Ouvrages

BITAR Jihad, *Pan-Arabe Television News...Winners and Losers. How AlHurra, AlArabiya and Al Jazeera Fared on Day 30 of Lebanon war 2006*, Beyrouth, Comtrax solutions, 2006.

CHESNOT Christian et MALBRUNOT Georges, *Qatar, les secrets du coffre-fort*, éd. Michel Lafont, 2013

El- NAWAWY Mohammed et ISKANDAR Adel, *Al-Jazeera : How the Free Arab News Network Scooped the World and Changed the Middle East*, Boulder (co), Colorado, Westview Press, 2002.

HARVEY David, *The Condition of Postmodernity*, Oxford, Blackwell, 1990.

JOLLY Edouard et SABOT Philippe, *Michel Foucault, A l'épreuve du pouvoir*, Villeneuve d'Ascq, La collection philosophie contemporaine, 2013.

KOCH Olivier et MATTELART Tristan, *Géopolitique des télévisions transnationales d'information*, Edition Mare et Martin, Paris, 2016

MILES Hugh, *Al-Jazira, la chaîne qui défie l'Occident*, Edition française, Buchet/Chastel, Paris, 2006.

MUHLMANN Géraldine, *Du journalisme en démocratie*, Paris, Payot, 2004.

TALON Claire-Gabrielle, *Al Jazeera. Liberté d'expression et pétromonarchie*, Paris, PUF, 2011.

WALZER Michael, *Pluralisme et démocratie*, Paris, Esprit, 1997.

WALZER Michael, *Une défense du pluralisme et de l'égalité*, Paris, Seuil, 1997.

---

<sup>317</sup> CARDON Dominique et GRANJON Fabien, *Médiactivistes*, Les Presses de Sciences Po. 2010.

<sup>318</sup> NAJAR Sihem (dir.), *Le cyberactivisme au Maghreb et dans le monde arabe*, IRMC-Karthala, Paris, 2013.

WILSON Patrick, *Second-hand knowledge: An inquiry into cognitive authority*, Westport, CT: Greenwood Press, 1983.

## 2. Articles scientifiques de revues imprimés

BOURDIEU Pierre, « Le langage autorisé. Note sur les conditions sociales de l'efficacité du discours rituel », *Actes de la recherche en science sociale*, vol. I, n° 5-6, 1975.

EL OIFI Mohammed, « L'effet Al-Jazira », *Politique étrangère*, n°3, 2004.

K. GAYAN Anil, « La Realpolitik, élément incontournable des relations internationales », *Internationale et stratégique*, n°67, Édition Armand Colin / Dunod, 2007/03.

KAUFMANN Laurence, GONZALEZ Philippe, « La démocratie est-elle nécessairement chrétienne ? », *Raison-Publique*, 2011/01.

SALEM Paul et DE ZEEUW Huib, « Les grandes ambitions d'un micro-État », *Moyen-Orient*, n°16, 2012.

WALZER Michael, « Pour une théorie de la justice distributrice », *Magazine littéraire*, n°301, 1998.

## II. Sémiotique d'une playlist, la révolution en bande annonce

### 1. Ouvrages

ALESSANDRINI Marjorie (dir), *Encyclopédie des bandes dessinées*, Paris, Albin Michel, 1979.

BARTHES Roland, *L'Obvie et l'Obtus*, Paris, Seuil, 1982.

BARTHES Roland, *Mythologies*, Paris, Editions du Seuil, 1970.

BASTIDE Roger, *Le Rêve, la Transe et la Folie*, Paris, Flammarion, 1952.

BAUDRILLARD Jean, *La société de consommation, ses mythes, ses structures*, Paris, Edition Denoël, Collection Folie/ essai, 1986.

BEYLOT Pierre, *Le récit audiovisuel*, Paris, Armand Colin Cinéma, 2005.

BIGET Michelle, *Musique et Révolution française*, Paris, Annales Littéraires de l'Université de Besançon, 1989.

BREMOND Claude, *Logique du récit*, Paris, Seuil, 1973.

BURGAT François, Laronde André, *La Libye*, Paris, Presses universitaires de France, 2003.



- De LAGASNERIE Geoffroy, *L'art de la révolte, Snowden, Assange, Manning*, Paris, Fayard, 2014.
- DERRIDA Jacques, *Spectres de Marx*, Paris, Editions Galilée, 1993.
- DUCCINI Hélène, *La télévision et ses mises en scène*, Paris, Armand Colin, 2011.
- ECO Umberto, *Vertige de la liste*, Paris, Flammarion, 2009.
- FÉVRY Sébastien, *La mise en abyme filmique: essai de typologie*, Editions du Céfal, Liège, Belgique, 2000
- FOUCAULT Michel, *Il faut défendre la société*, Cours au collège de France (1976), Paris, Gallimard-Seuil, coll. « Hautes Etudes », 1997.
- FOUCAULT Michel, *Le jeu de Michel Foucault*, Ornicar, n° 10, 1977/07, repris dans *Dits et écrits*, 1976-1988, Gallimard, 1994.
- FOUCAULT Michel, *Dits et écrits*, volume III, Éd. Gallimard. Bibliothèque de philosophie, Paris, 1994.
- FOUCAULT Michel, « Foucault étudie la raison d'État », dans *Dits et écrits*, t. IV, Paris, Gallimard, 1980.
- FOUCAULT Michel, *L'Archéologie du savoir*, Paris, Gallimard, 2008, service de presse de l'édition originale (27 mars 1969).
- GARDIES André, *Le récit filmique*, Paris, Hachette, 1993.
- GENETTE Gérard, *Figures II*, Paris, Seuil, coll. « Points », 1969.
- GENETTE Gérard, *Figures III*, Paris, Seuil, coll. « Poétique », 1972.
- GIRARDET Raoul, *Mythes et mythologies politiques*, Paris, Edition du Seuil, 1986.
- GOLDSCHMID Arthur, *Biographical dictionary of modern Egypt*, Boulder, Lynne Rienner, 2004.
- HABERMAS Jürgen, *The Structural Transformation of the Public Sphere*, Cambridge, Polity, 1989.
- HALWACHS Maurice, *La mémoire collective*, Paris, Édition Albin Michel, 1997.
- JOST François, *Un monde à notre image – Enonciation, Cinéma, Télévision*, Paris, Méridiens-Klincksieck, 1992.
- LAÏDI Zaki, *Le sacre du présent*, Paris, Champs-Flammarion, 2000.
- LAMBERT Frédéric, *Je sais bien mais quand même, Essai pour une sémiotique des images et de la croyance*, Paris, Éditions Non Standard, Coll. « SIC (Recherches en sciences de l'information et de la communication) », 2013

- MARX Karl et ENGEL Friedrich, *Le Manifeste du Parti Communiste*, Paris, Ère nouvelle, 1895.
- PASTOUREAU Michel, *Bleu. Histoire d'une couleur*, Paris, Seuil, 2000.
- PÉRINEAU Sylvie (dir.), *Les formes brèves audiovisuelles. Des interludes aux productions web*, Paris, CNRS Éditions, 2013.
- RANCIÈRE Jacques, *Les nuit des prolétaires. Archives du rêve ouvrier*, Paris, Fayard, 1981.
- ROSA Hartmut, *Accélération : une critique sociale du temps*, (traduit de l'allemand par Didier Renault), Collection : Théorie critique, Paris, La Découverte, 2010.
- RICOEUR Paul, *Temps et récit, t. 2, La configuration du temps dans le récit de fiction*, Paris, Seuil, 1984.
- SEMPRINI Andréa, *CNN et la mondialisation de l'imaginaire*, Paris, CNRS Communication, 2000.
- SERCEAU Michel, *Étudier le cinéma*, Paris, Ed. du Temps, 2001.
- VERNANT Jean-Pierre, *L'univers, les dieux, les hommes*, Paris, Seuil, 1999.
- WINKLER Martin, *Petit éloge des séries télé*, Paris, Gallimard, 2012.
- WRONA Adeline, *Face au portrait. De Sainte-Beuve à Facebook*, Paris, Éditions Hermann, 2012

## 2. Articles scientifiques et chapitres d'ouvrages

- D'AIGUILLON Benoît, « TF1 20 heures intangible carrefour social ? TF1 8 pm intangible social crossroads ? », *International journal of information sciences for decision making*, n°2, Centre de recherche rétrospective de Marseille, 1998.
- ARQUEMBOURG Jocelyne, « Les nouvelles logiques de l'information en temps de guerre : le modèle C.N.N. », *Études de communication*, n°15, 1994, pp. 63-74.
- BAL Mieke, « Narration et focalisation. Pour une théorie des instances du récit », *Poétique*, n° 29, 1977, pp. 107-127.
- BERTAUD Jean-Paul, « Histoire de la presse et Révolution », *Annales historiques de la Révolution française*. n°285, 1991.
- BOËX Cécile, « Montrer, dire et lutter par l'image. Les usages de la vidéo dans la révolution en Syrie », *Vacarme*, n° 61, 2012/ 10, pp. 118-131.
- CAMPION Baptiste et FASTREZ Pierre, « L'Hybridation BD/ jeu vidéo : émulsion impossible? », *Hermès*, n°54, Paris, 2009.

CAMPION Baptiste et LAMBO Benoît, « Une lecture des images de synthèse : propriétés ontologiques et rapport au monde », *Communication*, n°2, 2002, pp. 29-46.

JARASSÉ Dominique in DEPAULE Jean-Charles, « Odile Vincent (dir.). *Collectionner ? Territoires, objets, destins* », *Gradhiva*, n°16, 2012.

KERVELLA Amandine, « Les programmes courts sportifs : entre image de marque et image de chaîne », in Sylvie PERINEAU, dir., *Les formes brèves audiovisuelles. Des interludes aux productions web*, Paris, CNRS Éd., coll. CNRS Alpha, 2013.

LAMBERT Frédéric, « L'image en actes, l'engagement du regard et les conditions de ses interdits », in *Les interdits de l'image, 2e colloque international Icône image* éditions Obsidianes, 2006.

LAMBERT Frédéric, « Une image jamais n'abolira ses langages », in *Déconstruire l'image*, texte réunis par Christophe Genin, Publications de la Sorbonne, Paris 2011.

LAMBERT Frédéric, « L'hystoire. Récits d'archives recyclées », in *Les cahiers du collège iconique*, Volume XIX, 2005. Edités par l'Inathèque et l'INA, 4e trimestre 2006

MARION Philippe, Narratologie médiatique et Médiagénie des récits, *Recherches en communication*, n° 7, 1997

PEZZINI Isabella, « Stratégies de la condensation dans les formes brèves », in Sylvie PERINEAU, dir., *Les formes brèves audiovisuelles. Des interludes aux productions web*, Paris, CNRS Éd., coll. CNRS Alpha, 2013.

RIO Florence, « Du programme court télévisuel à la mini-série web », in Sylvie PERINEAU, dir., *Les formes brèves audiovisuelles. Des interludes aux productions web*, Paris, CNRS Éd., coll. CNRS Alpha, 2013.

YOUNGA Hayat Lydia, « La Révolution arabe de 2011 : à la recherche du sens perdu.... », *Confluences Méditerranée*, n° 77, 2011/2

### **III. Médiactivisme et Écriture web**

#### **1. Ouvrages**

AGAMBEN Giorgio, *Qu'est-ce qu'un dispositif ?*, traduit de l'italien par Martin Rueff, Paris Rivages, 2007.

BAUMAN Zygmunt, *La vie liquide*, Rodez, Le Rouergue/Chambon, 2006.

CARDON Dominique et GRANJON Fabien, *Médiactivistes*, Les Presses de Sciences Po. 2010.

DESROSIERES Alain, *l'argument statistique*, t. I, *Pour une sociologie historique de la quantification*, t. II, *Gouverner par les nombres*, Paris, Presses de l'École des mines, 2008.

JEANNERET Yves, *Penser la trivialité*, volume 1 : *la vie triviale des êtres culturels*, Paris, éditions Hermès-Lavoisier, 2008.

NAJAR Sihem (dir.), *Le cyberactivisme au Maghreb et dans le monde arabe*, IRMC-Karthala, Paris, 2013.

VIRILIO Paul, *Bunker Archéologie* (1975), Paris, Galilée, 2008

## 2. Articles scientifiques et chapitres d'ouvrages

CARDON Dominique, « Le design de la visibilité. Un essai de cartographie du web 2.0 », *Réseaux*, vol. 26, n° 152, 2008.

ECO Umberto, « Innovation et répétition : entre esthétique moderne et post-moderne », *Réseaux*, n°68 : « Les théorie de la réception », 1994.

FENATI Barbara., « Radio de programme et radio de flux : l'exemple italien », *Réseaux*, , volume 10 n°52. 1992

GEORGES Fanny, « Les composantes de l'identité dans le web 2.0, une étude sémiotique et statistique », *Communication* au 76<sup>e</sup>ème congrès de l'ACFAS: Web participatif: mutation de la communication ?, 6 et 7 mai 2008, Centre des congrès, Québec, 2008.

JEANNERET Yves et SOUCHIER, « Pour une poétique de l'écrit d'écran », *Xoana*, n° 6, (Multimédia en recherche), Paris, 1999.

KALLEL Mariam, « Des écritures ordinaires sur Facebook : cyberactivités et cyberactivismes » *in Le cyberactivisme au Maghreb et dans le monde arabe*, Sihem NAJAR. (dir.), IRMC-Karthala, Paris, 2013.

MANSKI Charles, « Economic Analysis of Social Interactions », *Journal of Economic Perspectives*, n°3, 2000.

PROULX Serge, « La puissance d'agir des citoyens à l'ère numérique : cyberactivisme et nouvelles formes d'expressions politique en ligne », *in Le cyberactivisme au Maghreb et dans le monde arabe*, Sihem NAJAR.(dir.), IRMC-Karthala, Paris, 2013

#### IV. Les entretiens

BEN KHALIFA AL-THANI Hamad, Emir du Qatar, in Martin Dickson et Roula Khalaf, « Qatar's Sheikh Hamad », *Financial Times*, Qatar, le 24 octobre 2010 in <https://goo.gl/gk0BKE>

EL OIFI Mohammed, politologue, spécialiste des médias arabes, chargé de cours à Science Po, in Matthieu Mégevand, « Al-Jazeera est-il un média islamiste? », le 04/03/2011, <http://goo.gl/K3DISf>

KRICHAN Mohamed, présentateur chez Al Jazeera, in « Al-Jazira à la pointe de la couverture de la révolution tunisienne », *Le Monde*, 19.01.2011 à 11h03 • Mis à jour le 19.01.2011 à 16h06, publié par Benjamin Barthe - Jérusalem, correspondance, in <http://goo.gl/fztSma>

MINTY Riyad, responsable des nouveaux medias chez Al Jazeera, in Troy Dreier, « Al-Jazeera Enables Citizen Journalism With Online Video, *Streaming Media magazine* », Août / Septembre 2012, in <http://goo.gl/aLVUOi>

TALON Claire-Gabrielle, spécialiste d'*Al Jazeera*, in Benjamin Seze, « Monde arabe : Al Jazeera et la révolution », *Témoignage chrétien*, le 4 Mars 2011, <http://goo.gl/F7mzxs>

BEN HAMAD AL-THANI Tamim, émir du Qatar, le 29/11/2017, *60 minutes*, in Doha centre for media freedom, <http://www.dc4mf.org/fr/content/l-emir-du-qatar-%C3%A0-la-chaine-cbs-la-fermeture-d-al-jazeera-est-inacc%C3%A9table-10432>

ZAMOUMZ Khaled, spécialiste d'*Al Jazeera* « Stratégie de communication d'Al Jazeera sur les réseaux sociaux », *Le Réseaux Européen et interdisciplinaire sur les Enjeux et Usages des TIC*, Editions du Centre de Recherche sur les Médiations & Actes du colloque de l'Université de Metz, Coordonnateurs Pierre Morelli, Didier Baltazart, Université de Lorraine, France, DEStech Publications, 2012, pp. 229-238.

#### V. Articles de presse et sites web consultés

Al-ASSAD Fadi, « Al-Jazeera en tête de l'audience dans le monde arabe », par L'EXPRESS.fr, publié le 23/05/2013 à 10:07, <http://goo.gl/794nsx>

BARTHE Benjamin, « Al-Jazeera à la pointe de la révolution tunisienne », *Le Monde*, in *Le Monde.fr*, 19 janvier 2011, in <http://goo.gl/h46d4E>

BAYART Benjamin, in François Krug, « Mubarak débranche Internet, l'Egypte coupée du monde », *L'obs avec rue 89*, publié le 28/01/2011 à 12h23, <http://goo.gl/da7oy2>

BOËX Cécile, in « Ils ont filmé la guerre en douleur », Fanny Arlandis, publié par *Libé Six Plus* in <http://goo.gl/6im0PG>

BOWMA Shayne et WILLIS Chris, « *We the Media: How Audiences are Shaping the Future of News and Information* », *The Media Center at the American Press Institute*, 2003, <https://goo.gl/ue4CpV>

CARDON Dominique, « Vertus démocratiques de l'Internet », *La vie des idées*, 2009/11, <http://goog.gl/C5PR2t>

DAOUD Kamel, « Les révolutions arabes en panne de nouveaux drapeaux », publié le 13/12/2011 à 12:39, in <http://goo.gl/8t2dYr>

DE LAGE Olivier, « La diplomatie de Doha : des yeux plus gros que le ventre », *Arabies*, mai 2000. Voir aussi : Pascal Boniface, « Le Qatar se veut un modèle pour le Golf », *Le Monde Diplomatique*, juin 2004.

De ANGELIS Enrico, in Violaine Morin, « La révolution a formé une nouvelle génération de journalistes en Syrie », 15 mars 2016, in <http://goo.gl/w8Lp4J>

DELEUZE Gilles in « Qu'est-ce que l'acte de création ? », Conférence donnée dans le cadre des mardis de la fondation Femis – 17/05/1987, in <http://goo.gl/rT4HYq>

DEROO Eric, « L'image amateur a valeur d'authenticité », *Libération*, 23 mai 2004, in <http://goo.gl/LYV1nA>

DOUCET David, « Pourquoi le vendredi est-il une journée cruciale dans le monde arabe? », 03.02.2011 - 0 h 00, mis à jour le 22.03.2011 à 21 h 31, *Le monde*, in <http://goo.gl/Zbb0Kp>

FONTANILLE Jacques, « Témoins et témoignage », in <http://goo.gl/6hBKIG>

FOUCAULT Michel, « La naissance d'un monde » (entretien avec J.-M. Palmier), *Le Monde*, supplément : *Le Monde des livres*, n° 7558, 3 mai 1969, pp. 786-787, <https://goo.gl/eGCCb3>

FROCHOT Didier, « Aspect multiforme de l'information », in *Les infostratèges*, publié le 16 décembre 2003, in <http://goo.gl/JnFcsQ>

GALVIN Joe, in « Ils ont filmé la guerre en douleur », Fanny Arlandis, publié par *Libé Six Plus* in <http://goo.gl/S1Ts4S>

HENNION Antoine, in Hubert Guillaud « Le rôle des amateurs : Qu'est-ce qu'un amateur ? », *Internet actu*, le 30/03/2011, in <http://goo.gl/5EU15I>

HOWARD Philippe, « Le rôle des réseaux sociaux sur le Printemps arabe se chiffre », *L'Atelier*, Paris, 16 septembre 2011, in <http://goo.gl/PhhCIT>

KABET Nadjib, « Des villas désertées dévoilent la vie du clan Kadhafi », par Samia Nakhoul et Clément Guillou pour le service français, le 31 Août 2011 à 09:21, in <http://goo.gl/m2I1NI>

KLAUS Enrique, « Les journalistes face aux révolutions. Histoire de la presse égyptienne », *La Vie des idées*, 21 octobre 2011. ISSN : 2105-3030, <http://goo.gl/Z7wGof>

KORODY Nicholas, «The Revolutionary Art: Street Art Before and After the Tunisian Revolution», *Independent Study Project (ISP) Collection*, Paper 1134, 2011/12, <http://goo.gl/1KmLWr>

MAZEAU Guillaume, « La ronde des révolutions », publié dans *lavedesidees.fr*, le 16 avril 2013, in <http://goo.gl/4WS8eH>

MOURID Amina, « Al Jazeera et la politique étrangère qatarie durant le printemps arabe », *Geolinks*, in <http://goo.gl/8idzmp>

REY Alain, « Notre « Dégage » élu « mot de l'année » 2011 », publié le 02/06/2011, in <http://goo.gl/wstnYd>

RIBONI Ulrike, in « Ils ont filmé la guerre en douleur », Fanny Arlandis, publié par *Libé Six Plus* in <http://goo.gl/c1k584>

ROZA Hartmut, « La technique est-elle responsable de l'accélération du monde ? », par Hubert Guillaud, *Internet Actu*, le 19/03/13 | in <http://goo.gl/7cX7Lb>

ULRICH Beck, FOGEL Benjamin, « Hantologie », *Playlist Society*, 2012/06, <https://goo.gl/XzuHBG>

WATHIEU Marc, « Infographie : identité visuelle », *MultimédiaLab*, in <http://goo.gl/npkMft>

*L'Express*, « Al Jazeera en tête de l'audience dans le monde arabe », 23 mai 2013, in [https://www.lexpress.fr/actualite/medias/al-jazeera-en-tete-de-l-audience-dans-le-monde-arabe\\_1251022.html](https://www.lexpress.fr/actualite/medias/al-jazeera-en-tete-de-l-audience-dans-le-monde-arabe_1251022.html)

## VI. Ouvrages littéraires

HADDAD Malek, *L'élève et la leçon*, Paris, Éditions Julliard, 1960.

NABOKOV Vladimir (trad. Jean-Bernard Blandenier), *Regarde, Regarde les arlequins*, Fayard, Paris, 1978.

## VII. Thèses consultées

ABDEL HAMID, *La médiation socionumérique du street artivisme en Egypte (2010-2013) et sa contribution à l'émergence d'un public politique : approche sémiotique d'une expérience*

*esthétique révolutionnaire*, (sous la direction de Jocelyne Arquembourg), sciences de l'information et de la communication. Université Sorbonne Paris Cité, 2017.

SABER Dima, *De Nasser à Nasrallah : l'identité arabe à l'épreuve de ses récits médiatiques. Une analyse sémio-pragmatique de l'émergence de deux symboles de la nation. Nationalismes et propagandes, 1948-2006*, (sous la direction de Frédéric Lambert ), Paris II, 2011, p.107.



## Table des annexes

### I. Transcription de l'entretien Skype avec Ali Achouri le Dimanche 10/02/2013

D.M. *Pouvez-vous vous présenter s'il vous plaît ?*

« Je m'appelle Achouri. J'ai 30 ans, j'ai arrêté les études à l'âge de 10 ans. Je suis employé dans une bijouterie. »

D.M. *Donc votre travail n'a rien avoir avec les vidéos que vous mettez en ligne ?*

« Non, je suis amateur. Mon loisir c'est de filmer et collecter des vidéos. »

D.M. *Pourquoi avez-vous créé une chaîne YouTube ? Pourquoi avez-vous choisi de mettre les vidéos d'Al Jazeera sur votre chaîne YouTube ?*

« Mon frère, il avait une caméra, donc, il m'a appris à l'utiliser. Je ne suis pas spécialiste, pour moi, la photographie est une passion, comment dire, les vidéos, le montage, je n'ai pas eu de formation là-dedans. Je ne collecte pas seulement les vidéos d'Al Jazeera. J'enregistre également des épisodes de séries télévisés drôles. »

D.M. *Comment avez-vous réussi à collectionner les clips d'Al Jazeera ?*

« J'utilise mon ordinateur portable. Au travail, je les enregistre avec une carte satellite puis je les approprie et je les mets sur *Youtube*. »

D.M. *Pourquoi avez-vous choisi ces clips en particulier ?*

« Ces clips, on ne les trouve pas beaucoup sur *YouTube*, Ils n'y étaient pas, même sur la chaîne *Al Jazeera YouTube* on ne les trouve pas. J'aime les collecter et j'ai rendu un service aux gens. »

D.M. *Au niveau technique, Etait-il facile d'enregistrer les clips ?*

« Ce n'est pas trop difficile, vous pouvez enregistrer de n'importe quelle chaîne tant que vous avez une carte satellite, vous pouvez enregistrer *Al Jazeera*, *MBC*, n'importe quelle chaîne, je prends la vidéo et je la mets dans un logiciel de montage et voilà. j'ai du temps libre au travail, donc je

regarde *Al Jazeera* et j'enregistre les clips avec la carte satellite. C'est un plaisir d'enregistrer et de retravailler le montage des clips. »

D.M. *Vous les mettiez tout de suite sur votre chaîne Youtube ?*

« Ça dépend, parfois le même jour et parfois le lendemain quand je n'ai pas le temps. »

D.M. *J'ai remarqué que vous avez mis un titre pour chaque clip, pourquoi ?*

« Pour faciliter la recherche de ces clips sur *Youtube*. Ils commencent tous par *promo Al Jazeera*, d'ailleurs *Al Jazeera* n'a pas mis de titres pour ces clips, c'était juste pour faciliter la recherche. »

D.M. *Pourquoi avez-vous choisi le mot promo ?*

« En principe, ce sont des extraits, en arabe on dit Bromo avec B et non pas p (promotions). »

D.M. *Pourquoi les promos d'Al Jazeera et pas d'autres promos sur d'autres chaîne comme Al Arabiya ?*

« À mon avis parce que la couverture médiatique d'*Al Jazeera* était exceptionnelle, surtout celle de la guerre de Gaza. Ma première vidéo était sur Gaza, le 25 janvier 2009. »

D.M. *Est-ce qu'on pourrait dire que ces clips ont été diffusés pour la première fois avec le début de la guerre sur Gaza ?*

« Oui, vers 2009. »

D.M. *Est-ce que vous avez mis ces clips dans l'ordre de leur apparition à la télé ?*

« Oui, presque, D'abord la guerre sur Gaza et puis tout de suite la couverture médiatique de la Tunisie qui n'était pas très importante et puis l'Egypte ensuite la Libye et un peu sur la Syrie, il y en avait pas beaucoup sur la Syrie. »

D.M. *Pourquoi vous avez arrêté de collectionner alors qu'il y a encore d'autres clips diffusés sur Al Jazeera ?*

« Comme je vous ai déjà expliqué la situation, je ne suis pas spécialiste, j'ai d'autres choses à faire... Beaucoup de personne m'ont posé la même question, on m'a dit pourquoi vous ne continuez avec les clips sur la Syrie. C'est à cause du temps, le dernier clip sur la Syrie c'était en novembre 2011. »

D.M. *Pourquoi certains clips dans la playlist ne sont pas mis dans l'ordre, parfois celui de janvier précède celui de décembre ?*

« Oui, tout à fait, parfois un clip en mars précède celui de janvier, mais ils sont presque organisés dans un ordre chronologique. Ce n'est pas comme si je les ai enregistrés et je les ai cachés et après... À chaque fois que j'enregistre un clip, je le mets sur *YouTube*, je ne le gardais jamais pour moi, je les mets directement en ligne pour que tout le monde puisse les voir. »

D.M. *Pourquoi vous mettez ces clips en ligne ?*

« C'est la moindre des choses que l'on puisse faire pour les révolutions, que ce soit celle de l'Égypte ou celle de la Tunisie, peu importe, c'est pour faciliter la recherche pour les gens. Par exemple à l'anniversaire de la révolution tunisienne, on peut facilement voir le clip de « Ben Harab » (Ben s'est enfui) ou celui de « Haremna » (on a vieilli). En référence à un tunisien devenu célèbre grâce à cette phrase qu'il a dite après la fuite de Ben. »

D.M. *Quel est votre clip préféré ?*

« Celui de la Tunisie « Haremna », et celui de « Masr tatahadath 'an nafseha » (l'Égypte parle d'elle-même). »

D.M. *Pourquoi avez-vous numéroté les clips ?*

« Dans les clips d'*Al Jazeera* il y a pas de chiffres, bien sûr, il diffuse le clip de « l'Égypte parle d'elle-même » par exemple sans numéro, donc je les ai numérotés pour faciliter la recherche des clips. »

D.M. *Est-ce que vous envisagez de poursuivre la mise en ligne des clips surtout ceux de la Syrie ?*

« C'est possible, quand je trouve un peu de temps libre. Ce n'est pas mon métier. La photographie c'est un loisir, le montage des vidéos, l'audio, les logiciels... je ne suis pas spécialiste. »

D.M. *Qu'est-ce que vous pensez de la couverture médiatique du Printemps Arabes sur Al Jazeera ?*

« A mon avis, au départ c'était neutre mais à la fin pas vraiment. »

D.M. *Comment vous estimez l'interaction des internautes avec ces clips ?*

« Les gens postaient des commentaires selon leurs points de vue. Il y avait du positif et du négatif, des pour et des contre, certains disaient que cette chaîne est américano-sioniste, d'autres se

demandaient pourquoi telle et pas telle révolution. Mon rôle à moi ce n'est pas de donner mon point de vue. Moi je mets les vidéos en ligne ni plus ni moins. »

D. M. *Est-ce que la créativité dans le montage vous a poussé à les mettre en ligne ?*

« Oui, beaucoup, surtout les dernières vidéos, celle de la Libye par exemple était vraiment exceptionnelle. »

D.M. *Que pensez-vous de clips semblables sur d'autres chaînes comme les clips d'Al Arabiya ?*

« Franchement, je ne regarde pas beaucoup *Al Arabiya*. »

D.M. *Vous suivez Al Jazeera plus qu'Al Arabiya ?*

« Oui. J'ai vu un travail exceptionnel dans les promos d'*Al Jazeera*, le clip de la Libye (la couverture continue) est vraiment exceptionnel. »

D.M. *Est-il possible de savoir à quel moment un clip a été diffusé sur Al Jazeera ?*

« Je ne pense pas que ce sera facile, même sur la chaîne d'*Al Jazeera YouTube* on ne les trouve pas. »

D.M. *À votre avis, pour quoi Al Jazeera ne les mets pas en ligne ?*

« Je ne sais pas, mais c'est ça qui m'a poussé à les enregistrer et à les mettre en ligne. »

D.M. *À votre avis, que racontent ces clips, que rajoutent-ils ?*

« Au départ les clips sur Gaza étaient vraiment émouvants surtout le troisième de la playlist, il y a plus de positif que de négatif. Le fait de parler de la guerre de Gaza est positif, Ils secouent les esprits... (rire) surtout de la nation Arabe. »

D.M. *Et, qu'est-ce qui est négatif ?*

« Le côté négatif c'est qu'*Al Jazeera* a peut-être un agenda particulier, il y avait une censure médiatique à l'égard de la révolution de Bahreïn. »

À votre avis, est-ce que le montage des clips est compliqué ?

« Dès fois. Le clip de la Libye dont je vous ai déjà parlé est un peu compliqué, la promo n°66. Les effets spéciaux utilisés étaient compliqués. »

D.M. *Que pensez-vous de l'usage de la bande sonore ? Etiez-vous surpris par le choix de certaines chansons d'Om Kalthoum ou d'Abdel Hm ?*

« Om Kalthoum était un bon choix pour les clips sur l'Égypte. »

D.M. *Quels sont les effets qui vous ont marqué le plus ?*

« Les bandes sonores et les images m'ont vraiment plu. »

D.M. *À votre avis pourquoi trouve-t-on le logo d'Al Jazeera à la fin de chaque clip ?*

(Rire) « C'est de la publicité pour *Al Jazeera*. »

D.M. *À votre avis, pourquoi Al Jazeera rediffuse certains clips anciens ?*

« Je ne peux pas savoir pourquoi. Mais si c'est l'anniversaire de la révolution tunisienne, *Al Jazeera* rediffuse une vidéo sur la Tunisie, si c'est l'anniversaire de la révolution égyptienne, elle rediffuse celle de l'Égypte... c'est pour l'histoire et la mémoire »

D.M. *Quel est le clip qui vous a le moins plu ?*

« Ils m'ont presque tous plu, ce qui ne m'a pas plu dans *Al Jazeera* c'est que la révolution de Bahrein n'a pas été couverte avec la même intensité que les révolutions Tunisienne ou égyptienne, *Al Jazeera* n'était pas neutre. »

D.M. *Que pensez-vous de l'interaction des internautes avec les clips ?*

« Je lis les commentaires que je reçois, certains sont dénigrants, d'autres disent qu'il ne faut pas mettre en ligne les clips, d'autres insultent *Al Jazeera*. Moi, je ne fais que transmettre, cela ne veut pas dire que c'est mon point de vue, je pense qu'il faut mettre en ligne les clips malgré tout. »

D.M. *Est-ce que les commentaires négatifs vous ont poussés à arrêter de les mettre en ligne ?*

« Non, sinon il n'y aurait pas eu de révoltes. Je m'en fous des commentaires positifs ou négatifs, le positif m'encourage et le négatif... chacun dit son opinion. »

D.M. *Quel est votre prochain clip sur YouTube ?*

« Je ne sais pas, peut être une promo. Moi, je ne mets pas seulement les vidéos d'*Al Jazeera*, peut-être des clips drôles sur l'Algérie, la série drôle que j'ai mise en ligne a beaucoup plu aux gens, ça peut être *Al Jazeera* ou autre chose, ça dépend du temps, quand j'ai le temps j'apprends à

monter des vidéos, des audio, j'apprends des choses sur la photographie, quand j'ai un temps libre, j'aime apprendre. »

## **II. Liste des vidéos *YouTube* analysées dans les première et deuxième parties**

Lien vers la vidéo p. 21

<https://www.youtube.com/watch?v=gADND1ebozs>

Lien vers la vidéo p. 56

<https://www.youtube.com/watch?v=UtzYX59eetw>

Lien vers la vidéo p. 65

<https://www.youtube.com/watch?v=Rj-Y5ErkVGw>

Lien vers la vidéo p.77

<https://www.youtube.com/watch?v=xccLc93w0aE>

Lien vers la chaîne *YouTube* de Ali Achouri

[https://www.youtube.com/channel/UCqf\\_vpGWeiHKoTetXoGjeSg](https://www.youtube.com/channel/UCqf_vpGWeiHKoTetXoGjeSg)

Lien vers la playlist *YouTube* « Al Jazeera » de Ali Achouri

<https://www.youtube.com/playlist?list=PL97933FF92EC0AE04>

### III. Ordre des « promos » dans la playlist

1. Promo Al Fakhoora 02
2. Promo Enfants de Gaza (1)
3. Promo Enfants de Gaza (2)
4. Promo Guerre sur Gaza (Nations Unis)
5. Promo Guerre sur Gaza (La ligue arabe)
6. Promo Guerre sur Gaza (1)
7. Promo Guerre sur Gaza (2)
8. Promo Guerre sur Gaza (3)
9. Promo Guerre sur Gaza (4)
10. Promo Guerre sur Gaza (5)
11. Promo Guerre sur Gaza (6)
12. Promo Guerre sur Gaza (7)
13. Promo Guerre sur Gaza (8)
14. Promo Guerre sur Gaza (9)
15. Promo Guerre sur Gaza (10)
16. Promo Guerre sur Gaza (11)
17. Promo Guerre sur Gaza (12)
18. Promo Al Fakhoora (1)
19. Promo Al Fakhoora (2)
20. Promo Al Fakhoora (3)

21. Promo Sans frontière
22. Promo Droits de l'Homme (1)
23. Promo Droits de l'Homme (2)
24. Promo Droits de l'Homme (3)
25. Promo Droits de l'Homme (4)
26. Promo Droits de l'Homme (5)
27. Promo Droits de l'Homme (6)
28. Promo Droits de l'Homme (7)
29. Promo Liban & Gaza
30. Promo L'après-guerre (1)
31. Promo L'après-guerre (2)
32. Promo Gaza sous le feu
33. Promo Ben Ali s'est enfui
34. Promo L'Egypte parle d'elle-même (1)
35. Promo L'Egypte parle d'elle-même (2)
36. Promo L'Egypte parle d'elle-même (3)
37. Promo L'Egypte parle d'elle-même (4)
38. Promo L'Egypte parle d'elle-même (5)
39. Promo La Tunisie, Couverture continue
40. Promo L'Egypte, Couverture continue
41. Promo L'Egypte... Triomphe du peuple (1)

42. Promo L'Egypte...Triomphe du peuple (2)
43. Promo L'Egypte...Triomphe du peuple (3)
44. Promo L'Egypte, Couverture continue (2)
45. Promo L'Egypte, la révolution
46. Promo La Libye, effondrement du mur du silence(1)
47. Promo La Libye, effondrement du mur du silence(2)
48. Promo La Libye, effondrement du mur du silence(3)
49. Promo La Libye, le peuple crée sa révolution(1)
50. La Libye, le peuple crée sa révolution(2)
51. Opinion...et opinion opposée (1)
52. Opinion...et opinion opposée (2)
53. Promo La Libye, le peuple crée sa révolution (3)
54. Promo La Libye, le peuple crée sa révolution (4)
55. Promo La Libye, le peuple crée sa révolution (5)
56. Promo La Libye, le peuple crée sa révolution (6)
57. Promo Mort du caméraman
58. Promo La Libye... la révolution
59. Promo Le Yémen, la révolution
60. Promo Le Yémen, le peuple crée sa révolution
61. Promo Le Yémen, l'opinion et l'opinion opposée (1)

62. Promo Le Yémen, l'opinion et l'opinion opposée (2)
63. Promo Couverture continue (1)
64. Promo Couverture continue (2)
65. Promo Couverture continue (3)
66. Promo Couverture continue (4)
67. Promo Couverture continue (5)
68. Promo La Libye, l'opinion et l'opinion opposée (1)
69. Promo La Libye, l'opinion et l'opinion opposée (2)
70. Promo Le peuple crée sa révolution (1)
71. Promo Le peuple crée sa révolution (2)
72. Promo Le peuple crée sa révolution (3)
73. Promo Le Yémen, couverture continue
74. Promo La Libye, confrontation
75. Promo Le printemps arabe
76. Promo Le printemps des révolutions arabes
77. Promo La Syrie, la révolution du peuple
78. Promo La Syrie, l'opinion et l'opinion opposée



#### IV. Liens vers les vidéos de la playlist *YouTube* « Al Jazeera » de Ali Achouri organisés dans l'ordre de leur apparition :

1. <https://www.youtube.com/watch?v=5Vp5mOdsFMk&list=PL97933FF92EC0AE04&index=1>
2. <https://www.youtube.com/watch?v=mG86AMkA4yQ&list=PL97933FF92EC0AE04&index=2>
3. <https://www.youtube.com/watch?v=q0ymOLvSRL0&list=PL97933FF92EC0AE04&index=3>
4. <https://www.youtube.com/watch?v=sLigg8FDtkI&list=PL97933FF92EC0AE04&index=4>
5. <https://www.youtube.com/watch?v=aYKBqm6Icu4&list=PL97933FF92EC0AE04&index=5>
6. <https://www.youtube.com/watch?v=Hxt8fpH4zrY&list=PL97933FF92EC0AE04&index=6>
7. <https://www.youtube.com/watch?v=dp1cn0gVNJw&list=PL97933FF92EC0AE04&index=7>
8. <https://www.youtube.com/watch?v=nXQLPKaaaIg&list=PL97933FF92EC0AE04&index=8>
9. <https://www.youtube.com/watch?v=BBHSwo96U8c&list=PL97933FF92EC0AE04&index=9>
10. <https://www.youtube.com/watch?v=5BH8SghkGaw&list=PL97933FF92EC0AE04&index=10>
11. <https://www.youtube.com/watch?v=0INPH9-H8Q0&list=PL97933FF92EC0AE04&index=11>
12. [https://www.youtube.com/watch?v=NhpLHMe3\\_r8&list=PL97933FF92EC0AE04&index=12](https://www.youtube.com/watch?v=NhpLHMe3_r8&list=PL97933FF92EC0AE04&index=12)
13. <https://www.youtube.com/watch?v=dq-IfbWuN50&list=PL97933FF92EC0AE04&index=13>
14. <https://www.youtube.com/watch?v=nwbj7jldxRs&list=PL97933FF92EC0AE04&index=14>
15. <https://www.youtube.com/watch?v=hTGELwCdqPM&list=PL97933FF92EC0AE04&index=15>

16. <https://www.youtube.com/watch?v=K3p5hIuTUb0&list=PL97933FF92EC0AE04&index=16>
17. <https://www.youtube.com/watch?v=W8UN9eY1lmU&list=PL97933FF92EC0AE04&index=17>
18. <https://www.youtube.com/watch?v=wy0mZXKkK8U&list=PL97933FF92EC0AE04&index=18>
19. [https://www.youtube.com/watch?v=UnEwd3L\\_EMI&list=PL97933FF92EC0AE04&index=19](https://www.youtube.com/watch?v=UnEwd3L_EMI&list=PL97933FF92EC0AE04&index=19)
20. <https://www.youtube.com/watch?v=ME0LJaZQVGQ&list=PL97933FF92EC0AE04&index=20>
21. [https://www.youtube.com/watch?v=AdT\\_KjppzKQ&list=PL97933FF92EC0AE04&index=21](https://www.youtube.com/watch?v=AdT_KjppzKQ&list=PL97933FF92EC0AE04&index=21)
22. <https://www.youtube.com/watch?v=UWMMA5NqKik&list=PL97933FF92EC0AE04&index=22>
23. <https://www.youtube.com/watch?v=cjanGJ4D1bM&list=PL97933FF92EC0AE04&index=23>
24. <https://www.youtube.com/watch?v=T966dFSK8KM&list=PL97933FF92EC0AE04&index=24>
25. <https://www.youtube.com/watch?v=8uEesuJaJgs&list=PL97933FF92EC0AE04&index=25>
26. <https://www.youtube.com/watch?v=gwWuOPGoa8I&list=PL97933FF92EC0AE04&index=26>
27. <https://www.youtube.com/watch?v=ILx9fbuY7HE&list=PL97933FF92EC0AE04&index=27>
28. <https://www.youtube.com/watch?v=SvyyAIf8BYM&list=PL97933FF92EC0AE04&index=28>
29. [https://www.youtube.com/watch?v=r1T3W07k\\_Q0&list=PL97933FF92EC0AE04&index=29](https://www.youtube.com/watch?v=r1T3W07k_Q0&list=PL97933FF92EC0AE04&index=29)
30. <https://www.youtube.com/watch?v=tLEn0xIKRtU&list=PL97933FF92EC0AE04&index=30>
31. <https://www.youtube.com/watch?v=WtuWyUWofks&list=PL97933FF92EC0AE04&index=31>
32. [https://www.youtube.com/watch?v=3VUcS\\_Klhk0&list=PL97933FF92EC0AE04&index=32](https://www.youtube.com/watch?v=3VUcS_Klhk0&list=PL97933FF92EC0AE04&index=32)

33. [https://www.youtube.com/watch?v=3VUcS\\_Klhk0&list=PL97933FF92EC0AE04&index=33](https://www.youtube.com/watch?v=3VUcS_Klhk0&list=PL97933FF92EC0AE04&index=33)
34. <https://www.youtube.com/watch?v=B9MIpCaV2pM&list=PL97933FF92EC0AE04&index=34>
35. <https://www.youtube.com/watch?v=CvZc6Ze42Fk&list=PL97933FF92EC0AE04&index=35>
36. <https://www.youtube.com/watch?v=MFuadIMnvSo&list=PL97933FF92EC0AE04&index=36>
37. <https://www.youtube.com/watch?v=FKqeIpN1778&list=PL97933FF92EC0AE04&index=37>
38. <https://www.youtube.com/watch?v=LzeI8cuwpf0&list=PL97933FF92EC0AE04&index=38>
39. <https://www.youtube.com/watch?v=ftvY9E2s2x8&list=PL97933FF92EC0AE04&index=39>
40. <https://www.youtube.com/watch?v=XzeISRrHoXk&list=PL97933FF92EC0AE04&index=40>
41. <https://www.youtube.com/watch?v=Dc7oSaV2q9g&list=PL97933FF92EC0AE04&index=41>
42. <https://www.youtube.com/watch?v=ZT-x73maOqE&list=PL97933FF92EC0AE04&index=42>
43. <https://www.youtube.com/watch?v=XA2IOpKNMLU&list=PL97933FF92EC0AE04&index=43>
44. <https://www.youtube.com/watch?v=QjAgWh3lUk&list=PL97933FF92EC0AE04&index=44>
45. <https://www.youtube.com/watch?v=Ccrx6te-t6Y&list=PL97933FF92EC0AE04&index=45>
46. <https://www.youtube.com/watch?v=vde-j22D3YI&list=PL97933FF92EC0AE04&index=46>
47. <https://www.youtube.com/watch?v=VLkEUEW9N54&list=PL97933FF92EC0AE04&index=47>
48. <https://www.youtube.com/watch?v=mzV2WJAvDZA&list=PL97933FF92EC0AE04&index=48>
49. <https://www.youtube.com/watch?v=RcHxBFqsPc0&list=PL97933FF92EC0AE04&index=49>

50. <https://www.youtube.com/watch?v=v7EflsEqXfU&list=PL97933FF92EC0AE04&index=50>
51. <https://www.youtube.com/watch?v=6PZI7IsnYzw&list=PL97933FF92EC0AE04&index=51>
52. [https://www.youtube.com/watch?v=yShn\\_vdxnao&list=PL97933FF92EC0AE04&index=52](https://www.youtube.com/watch?v=yShn_vdxnao&list=PL97933FF92EC0AE04&index=52)
53. <https://www.youtube.com/watch?v=0ZPEc2TZRZo&list=PL97933FF92EC0AE04&index=53>
54. <https://www.youtube.com/watch?v=F4whgTDbyOg&list=PL97933FF92EC0AE04&index=54>
55. <https://www.youtube.com/watch?v=ij5zZn8-MPA&list=PL97933FF92EC0AE04&index=55>
56. <https://www.youtube.com/watch?v=sIKdIKwxwYo&list=PL97933FF92EC0AE04&index=56>
57. <https://www.youtube.com/watch?v=UjPGWnUsrQQ&list=PL97933FF92EC0AE04&index=57>
58. <https://www.youtube.com/watch?v=O9uPR-IgN24&list=PL97933FF92EC0AE04&index=58>
59. <https://www.youtube.com/watch?v=S2YZbrRXRdQ&list=PL97933FF92EC0AE04&index=59>
60. <https://www.youtube.com/watch?v=-fHCqfU8E6U&list=PL97933FF92EC0AE04&index=60>
61. <https://www.youtube.com/watch?v=anm7GxOka4M&list=PL97933FF92EC0AE04&index=61>
62. <https://www.youtube.com/watch?v=qD2t8C4N75s&list=PL97933FF92EC0AE04&index=62>
63. <https://www.youtube.com/watch?v=ta8R1vjxgsA&list=PL97933FF92EC0AE04&index=63>
64. <https://www.youtube.com/watch?v=sqZ6-3d6Uu0&list=PL97933FF92EC0AE04&index=64>
65. <https://www.youtube.com/watch?v=nnLsQVX3L2U&list=PL97933FF92EC0AE04&index=65>
66. <https://www.youtube.com/watch?v=ZFKvFjT57bo&list=PL97933FF92EC0AE04&index=66>

67. <https://www.youtube.com/watch?v=EQxbmfKo5NA&list=PL97933FF92EC0AE04&index=67>
68. <https://www.youtube.com/watch?v=X66YmUKnSRU&list=PL97933FF92EC0AE04&index=68>
69. <https://www.youtube.com/watch?v=6DyBqpi23jI&list=PL97933FF92EC0AE04&index=69>
70. <https://www.youtube.com/watch?v=DvwjWelrNQk&list=PL97933FF92EC0AE04&index=70>
71. <https://www.youtube.com/watch?v=L-WvmU6tiQQ&list=PL97933FF92EC0AE04&index=71>
72. <https://www.youtube.com/watch?v=otqJ8xsbvYU&list=PL97933FF92EC0AE04&index=72>
73. <https://www.youtube.com/watch?v=lLtfJprM2Zc&list=PL97933FF92EC0AE04&index=73>
74. <https://www.youtube.com/watch?v=BQkwHTGOtJc&list=PL97933FF92EC0AE04&index=74>
75. <https://www.youtube.com/watch?v=HhUy2NExPhM&list=PL97933FF92EC0AE04&index=75>
76. <https://www.youtube.com/watch?v=VPoOdu033KQ&list=PL97933FF92EC0AE04&index=76>
77. <https://www.youtube.com/watch?v=nU80IMr2EDI&list=PL97933FF92EC0AE04&index=77>
78. <https://www.youtube.com/watch?v=49ctovhQrgg&list=PL97933FF92EC0AE04&index=78>

## V. Liste des témoignages *Sharek* analysés dans la troisième partie

Lien vers le site *Sharek* d'*Al Jazeera*

<http://my.sharek.aljazeera.net/>

Lien vers le témoignage « Idlip – Sarmine, le vendredi 22-07-2011, le peuple veut la chute du régime. »

<http://my.sharek.aljazeera.net/node/34931>

Lien vers le témoignage « le massacre de Rafah »

<http://my.sharek.aljazeera.net/assignments/palestinian-territory/73866/reports/74306/mjzr-rfh>

Lien vers le témoignage « Est-ce que le destin a répondu lorsque le *peuple* en Tunisie a réclamé un jour *la vie* ? »

<http://my.sharek.aljazeera.net/node/8193>

Lien vers le témoignage « Breaking news – *Al Jazeera* live »

<http://sharek.aljazeera.net/node/1193>

Lien vers le témoignage « Photos de la maison de Saif et Mouammar al Kadhafi »

<http://sharek.aljazeera.net/node/44250>

Lien vers le témoignage « Tournage en direct d'une scène de tirs de balles sur les têtes des manifestants et le caméraman est blessé par une balle »

<http://my.sharek.aljazeera.net/node/53273>

Lien vers le témoignage « Manifestation lors d'un vendredi de la colère à Hama en Syrie, place Assi, devant le centre culturel »

<http://my.sharek.aljazeera.net/node/18564>

Lien vers le témoignage « La ville de Harak soutient les villes de Jasim, Homs et toutes les villes syriennes sinistrées »

<http://my.sharek.aljazeera.net/node/49809>

Lien vers le témoignage « Manifestation au jour de martyre »

<http://my.sharek.aljazeera.net/node/1903>

Lien vers le témoignage « Manifestation nocturne dans la ville de Zabadani, en banlieue de Damas, au deuxième jour de l'Aïd. Va-t-en Bashar dessiné avec le feu »

<http://my.sharek.aljazeera.net/node/51779>

## Table des matières

<b>Introduction générale : du spectateur au <i>spect-acteur</i> : un projet pour <i>Al Jazeera</i> .....</b>	<b>5</b>
1. Histoire d' <i>Al Jazeera</i> : pluralisme médiatique et pétromonarchie .....	6
2. Écrire et promouvoir la révolution : une collection de « clips » au profit de la mémoire collective .....	8
3. Médiactivisme à travers la plateforme numérique et participative <i>Sharek</i> .....	12
<b>Partie I : <i>Al Jazeera</i> : À la recherche d'une culture de la démocratie. Entre arabisme, pluralisme et libéralisme.....</b>	<b>16</b>
<b>A. Le Qatar et ses stratégies géopolitiques .....</b>	<b>17</b>
1. Le Qatar : pays invisible sur la carte du Moyen-Orient, région déchirée par les conflits.....	18
2. Politique intérieure du Qatar: trois portraits du pouvoir.....	20
3. Politique extérieure du Qatar : ami avec l'ennemi.....	24
4. Le Qatar comme leader régional .....	26
5. <i>Al Jazeera</i> : de Doha à l'international .....	27
<b>B. <i>Al Jazeera</i>, vers une culture de la démocratie ? .....</b>	<b>28</b>
1. <i>Al Jazeera</i> : une expérience réitérative.....	30
2. <i>Al Jazeera</i> : chaîne panarabe de l'opinion et de l'opinion opposée .....	35
3. Transgression des tabous : une télévision de débat.....	38
4. Au cœur de grands événements : nommer autrement l'actualité.....	47
5. <i>Al Jazeera</i> pendant les révolutions arabes : ascension et déclin .....	53
6. Les conceptions de l'opinion et de la neutralité dans la politique éditoriale d' <i>Al Jazeera</i> .....	55
7. Montrer la violence : une iconographie de la violence assumée par <i>Al Jazeera</i> .....	58
8. Promotion de la figure du journaliste combattant et martyr .....	63
9. <i>Al Jazeera</i> raconte autrement le récit palestinien .....	68
10. <i>Al Jazeera</i> et la révolution du Web : la télévision et les arènes numériques .....	71
<b>Partie II : Activisme numérique : la circulation des vidéos promotionnelles d'<i>Al Jazeera</i> ....</b>	<b>78</b>
Montrer, raconter et lutter par des « <i>promos</i> » ?.....	79
<b>A. Les vidéos promotionnelles d'<i>Al Jazeera</i> : œuvre fragmentée entre déconstruction et reconstruction .....</b>	<b>83</b>
I. YouTube : dispositif numérique d'objets fragmentés .....	87
1. Le dispositif d'accueil <i>Youtube</i> et les relations de pouvoirs .....	88
2. <i>YouTube</i> : un espace de médiation pré-conditionnée.....	89
3. La chaîne <i>YouTube</i> : une vitrine numérique personnalisée .....	90
II. Les fonctionnalités d'une playlist YouTube.....	91



1.	Question de la playlist et de l'archive.....	92
2.	La playlist : entre énumération, nomination et métonymie visuelle.....	95
3.	La playlist : un monde baroque.....	101
III.	Pourquoi le médiactivisme numérique a-t-il lieu?.....	104
1.	Auto-promotion: le logo du photographe amateur.....	105
2.	La playlist : une métaphore de la société de consommation.....	107
3.	Médiactivisme et mémoire collective.....	109
IV.	Médiactivisme numérique et transformation des récits.....	110
1.	La « promo » et l'imprévisible.....	111
2.	La « promo » sur <i>YouTube</i> vs la « promo » sur <i>Al Jazeera</i> : une temporalité <i>homochrone</i> vs une temporalité <i>hétérochrone</i> .....	114
3.	Récits rétroactifs et pouvoir du chiffre.....	116
4.	Héros mythiques.....	118
5.	La construction d'une communauté d'intérêt autour de sa chaîne <i>YouTube</i> .....	120
<b>B.</b>	<b>La « promo » : un objet scripto-audio-visuel <i>transmédiagénique</i>.....</b>	<b>126</b>
I.	La « promo » : un petit format conçu pour la circulation numérique.....	128
1.	La « promo » : une forme brève audiovisuelle?.....	129
2.	La « promo » : un genre télévisuel?.....	130
3.	Réflexion sur la compression spatiale et temporelle.....	132
II.	L'image comme un spectre mémoriel.....	135
1.	La « promo » : des images chocs au service de la circulation des récits.....	136
2.	La place : métaphore de la fête.....	137
III.	Les « promos » : récits télévisuels conçus pour la migration numérique.....	138
1.	La « promo » comme une bande-annonce.....	139
2.	La « promo » comme totalité.....	141
IV.	La marque <i>Al Jazeera</i> : une œuvre calligraphique entre tradition et modernité.....	142
1.	Le logo d' <i>Al Jazeera</i> : une mémoire esthétique.....	143
2.	Le logo d' <i>Al Jazeera</i> : une mémoire historique.....	144
V.	La musique des « promos » : langage hantologique?.....	146
1.	La logique spectrale dans le cadre des « promos ».....	147
2.	Mélange des genres musicaux.....	152
3.	Interférences des voix narratives.....	156
4.	Transgression narrative au service de l'autorité auctoriale.....	159
5.	Dernière les Voix off : des stars d' <i>Al Jazeera</i> .....	161

<b>Partie III : Médiactivisme, archive et identité numérique. Une étude sémiotique du site participatif <i>Sharek</i></b> .....	<b>176</b>
Montrer, raconter et combattre par les témoignages de <i>Sharek</i> .....	177
<b>A. <i>Sharek</i> : dispositif d'accueil des contributions amateurs</b> .....	<b>180</b>
I. Al Jazeera : la stratégie de Robin des bois.....	180
1. Jouer sur la proximité : stratégie communicationnelle d' <i>Al Jazeera</i> .....	182
2. La participation est une mission possible.....	184
II. La stratégie de coproduction de <i>Sharek</i> .....	188
1. Faire participer par l'image symbolique.....	189
2. Faire participer par des missions d'urgence.....	193
III. Enjeux liés au projet : <i>Sharek</i> entre ambition et déficit.....	196
1. Les smartphones au service de <i>Sharek</i> : des vidéos aux SMS.....	196
2. La concrétisation de <i>Sharek</i> pendant les révolutions arabes de 2011.....	199
<b>B. <i>Sharek</i> : projet d'empowerment</b> .....	<b>209</b>
I. Qui est l'amateur de <i>Sharek</i> ?.....	210
1. Un journaliste citoyen ?.....	210
2. Témoin, témoignage et mémoire collective.....	215
II. Nouvelle génération d'activistes journalistes archivistes et l'art d'exister.....	220
1. Les activistes de <i>Sharek</i> et l'art de la résistance.....	220
2. Archivistes de l'art de la révolte.....	231
<b>Conclusion</b> .....	<b>238</b>
<b>Bibliographie</b> .....	<b>254</b>
<b>Table des annexes</b> .....	<b>265</b>
I. Transcription de l'entretien Skype avec Ali Achouri le Dimanche 10/02/2013.....	265
II. Liste des vidéos YouTube analysées dans les première et deuxième parties.....	270
III. Ordre des « promos » dans la playlist.....	271
IV. Liens vers les vidéos de la playlist YouTube « Al Jazeera » de Ali Achouri organisés dans l'ordre de leur apparition :.....	273
V. Liste des témoignages <i>Sharek</i> analysés dans la troisième partie.....	278