

La naturalisation du journalisme citoyen dans l'espace arabe

طبيعة صحافة المواطن في البيئة العربية

Dr. Daoud DJEFAFLA *

Résumé :

Dans cette communication, il est question de s'interroger sur le journalisme participatif. En fait, il s'agit de comprendre ce phénomène et son essence, cerner ses diverses appellations et comprendre son fonctionnement. Pour en faire, une explication sera faite sur la naissance du journalisme citoyen, de ses caractéristiques et de ses modèles pionniers. Il est également question de s'intéresser au cyberactivisme dans l'espace arabe entant qu'une figure du journalisme citoyen.

Mots-clés : journalisme citoyen, le monde arabe, les médias, la démocratie

الملخص:

في هذه الدراسة يتعلق الأمر بدراسة نشأة وتطور صحافة المواطن في الغرب. إضافة إلى ذلك العمل على محاولات فهم آليات، ميكانيزمات واستراتيجيات إنتاج المواد الإعلامية وكيفيات استخدامها من الجمهور. الهدف من هذا المسعى هو دراسة إمكانيات وفرض ممارسة صحافة المواطن في العالم العربي من خلال طرح الشروط الموضوعية الواجب توافرها لذلك.

الكلمات المفتاحية: صحافة المواطن، العالم العربي، الإعلام، الديمقراطية

* - Laboratoire d'études psychologique et sociales, Université de Biskra (Algérie)

Introduction

Le journalisme se configure et se métamorphose et sa pratique traditionnelle et classique change et fait peau neuve. C'est le Web 2.0, dit participatif, qu'en est la cause. En fait, le développement d'Internet, la démocratisation de la connexion domestique et nomade et la disponibilité à bas-prix des outils d'informatique (caméscope, Smartphone, etc.) sont tous des facteurs qui ont poussé à l'apparition du journalisme citoyen. Une nouvelle pratique qui bouleverse les espaces publics dans les sociétés démocratiques et menace l'existence du quatrième pouvoir en Occident (Ramonet, 2011). En effet, l'arrivée du journalisme participatif a résulté deux choses concernant les espaces publics et leurs articulations internes et externes ;

- de nouveaux acteurs dans la sphère politique émergent grâce à leur maîtrise de la technologie. Ils jouent ainsi un rôle d'émetteurs autant que de récepteurs de l'information. Trois types de nouveaux acteurs sont marquants : les pirates informatiques ou *hackers* cherchent à exploiter les évolutions technologiques à des fins idéologiques ou politiques. Les « cyber-activistes » sont des activistes qui utilisent l'informatique pour diffuser des informations et des directives qui sont difficiles à faire avancer sur le terrain. Les « journalistes citoyens » participent, par leurs activités, à diffuser l'information au sein de l'espace public en réseau,
- de nouvelles formes de mobilisation politique sont apparues avec l'usage massif de la communication en réseau. Manuel Castells parle de « médias de masse individualisée »², Howard Rheingold de « *smart mobs* » et Marc Lynch souligne l'importance de la blogosphère³ dans les stratégies de manifestations qui rythment la vie politique au Moyen-Orient depuis quelques années. Le point commun à toutes ces formes de protestations réside dans leur caractère décentralisé, sans chef de file identifiable, éphémère et dans l'utilisation habile des technologies numériques.

A partir de ces deux éléments, il devient pertinent d'essayer de comprendre ce phénomène du journalisme citoyen et cerner en particulier ses articulations avec les mouvements contestataires dans les pays arabes. Pour le faire, il faut tout d'abord

² Manuel Castells, « Émergence des « médias de masse individualisés » », *Le Monde Diplomatique*, août 2006»

³ Marc Lynch, «Blogging the New Arab Public», *Arab Media & Society*, February, 2007

tenter de comprendre de la notion même du journalisme participatif par la mise en lumière de ses différentes définitions. Ensuite, il sera question d'illustrer celles-ci par deux exemples pionniers dans le monde ; le portail nord-coréen *OhMyNews* et le site français *AgoraVox*. Le dernier point de ce travail sera consacré à l'expérience des internautes arabes en ce qui concerne leurs contributions dans le cyberactivisme dit journalisme citoyen.

1. Le journalisme citoyen, participatif ou amateur :

Journalisme participatif, journalisme amateur ou journalisme citoyen, (*participatory journalism, grassroots journalism, citizen journalism*), toutes ces expressions ont fait florès dans les années 2000. Elles tendent à désigner un même phénomène au final : l'intervention de non-professionnels dans la production et la diffusion d'informations d'actualité. L'expression « journalisme citoyen » est généralement attribuée à Dan Gillmor, auteur du livre *We the Media. Grassroot journalism by the people, for the people* (2004). Si une telle définition peut convenir, dans l'absolu, à tous les types de supports médiatiques (presse, radio, télévision), force est de constater que l'emploi des expressions précitées a été contemporain du développement d'Internet. Plus précisément, l'idée même d'un journalisme participatif a véritablement pris son essor avec la vogue autour du Web 2.0 : les facilités de publication en ligne procurées par les blogs ou les plateformes dédiées (Rebillard, 2012). Mais l'origine de la participation des citoyens dans la production informationnelle ne date pas d'hier car il remonte à plusieurs décennies. Dans ce sens, le monde se souvient du témoignage inédit qu'a offert un simple américain à la presse et l'histoire des médias et confirme que le journalisme-citoyen existe depuis bien longtemps. Ainsi, il considère Abraham Zapruder comme « le premier journaliste-citoyen ». En fait, ce citoyen américain est celui qui avait filmé, par hasard, l'assassinat de John Kennedy à Dallas, en 1963. Ce jour-là, bien qu'il fut tailleur de profession, Zapruder fit preuve d'un étonnant savoir-faire de reporter. Il trouva le bon endroit pour capter les événements (à l'origine le passage du convoi présidentiel, au final l'assassinat de JFK) et, surtout, resta concentré sur son sujet malgré la panique ambiante et les coups de feu. Quelques minutes après les faits, Zapruder proposera ses images à un journaliste du *Dallas Morning News*. Le journalisme-citoyen n'a pas attendu le net pour exister, il s'est par contre fortement développé grâce à lui⁴.

⁴ La mort de JFK dans le viseur de Zapruder, par Olivier Costemalle, in Libération, 21 août 2007.

Au retour du journalisme participatif actuel, il est important de souligner qu'il consiste à intervenir dans les affaires publiques pour émettre une opinion, faire une critique, soumettre une revendication, ou, tout simplement, présenter un point de vue sur le cours des affaires du monde. L'expression du journalisme *participatif* renvoie à l'idée d'une insertion grandissante des individus ordinaires dans la production d'informations journalistiques, par le biais de dispositifs numériques d'édition personnelle (*blogs*) ou collaborative (*wikis*). L'information ainsi délivrée, souvent qualifiée de *citoyenne* par opposition à celle des médias traditionnels, permettrait ainsi une couverture de l'actualité plus diversifiée et démocratique (Rebillard, p. 12). Avec l'avènement du Web 2.0 et la vogue du « participatif », le journalisme citoyen est à la mode. Les anglo-saxons parlent du « *citizen journalism* », de « *participatory journalism* », de « *networked journalism* » ou encore d'« *open source journalism* ». Pour résumer, il s'agit, en utilisant les outils d'Internet, d'associer les internautes à la production d'information. Le journalisme citoyen marque sa différence avec les médias traditionnels, qui font descendre l'information d'un émetteur vers plusieurs destinataires (« *one to many* »). La circulation de l'information lie des rédacteurs citoyens aux profils variés à des lecteurs non moins divers (principe du « *many to many* ») et crée ainsi une richesse de contenu basée sur la remontée d'information concrète de terrain. La spécificité du journalisme participatif réside bien dans la circulation ascendante (« *bottom-up* » informationnel). Qualité et pertinence des informations recueillies sont ensuite soumises aux politiques éditoriales. Pour toutes ces raisons, le journalisme *participatif* s'inscrit de façon plus large dans un mouvement dénommé *web 2.0*. Tirant parti de l'augmentation exponentielle du nombre d'internautes et de l'équipement croissant en réseaux haut-débit, le *web 2.0* est présenté comme un ensemble de nouvelles applications dites de *social networking* censées faciliter, outre la démocratisation des médias, le partage de données, le travail collaboratif, ou encore l'intelligence collective (Tillinac, 2006).

2. Les caractéristiques du journalisme citoyen :

Ce nouveau phénomène du journalisme lié à Internet se caractérise par plusieurs spécificités propres à son statut dans l'univers communicationnel et qui se manifestent dans les points suivant :

- la création de contenus par les internautes eux-mêmes est aisée grâce aux outils numériques ; la concurrence ainsi instaurée vis-à-vis des médias de masse

permet de contourner les procédures habituelles de *gate-keeping* journalistique car «la création collaborative, ou intercréative, fait appel à des réseaux d'intelligence collective et non plus à des organisations humaines pyramidales » (De Rosnay, 2006, 11). Dans ce sens, les contributeurs qui participe à la production de l'information peuvent le faire selon deux modalités : soit en délivrant un contenu de type document (une vidéo, une photo, un *tweet*, c'est-à-dire un matériau brut), une contribution souvent réalisée via des sites *user generated contents* (UGC, contenus générés par les utilisateurs) ; soit en délivrant une information, qui sera davantage élaborée et sourcée,

- les outils numériques ne seraient pas seulement des moyens appropriables personnellement, par opposition aux lourds moyens d'information aux mains des entreprises mass-médiatiques. Ces outils numériques seraient également des moyens de communication facilement appropriables, par tout et chacun, et constitueraient en cela des vecteurs d'égalité entre individus. La captation et l'édition d'informations étant désormais plus accessibles grâce aux outils techniques plus légers et facilement manipulables par le citoyen lambda (appareils photos, caméscopes, enregistreurs numériques). Mais surtout, l'immédiateté de la publication constitue un jeu d'enfants grâce aux plates-formes web de partage de contenu, que sont notamment les blogs et les réseaux sociaux. L'arrivée d'outil comme les Smartphones et les tablettes, accroissant encore le phénomène. Ce progrès technologique a induit une mutation dans le monde de l'information. Fini le temps où les médias (journaux, radios et télévisions) étaient pratiquement les seuls à communiquer verticalement les actualités vers le public. Désormais, l'information se répand également horizontalement : du public vers le public, mais aussi du public vers les médias,
- les nouvelles pratiques se sont immiscées dans les salles de rédaction des médias. Qualifié de « participatif » ou de « citoyen », ce journalisme fait appel aux non-professionnels pour récolter de l'information ou témoigner au travers de documents audiovisuels, de l'actualité. La notion de « journalisme participatif » est née de la sphère de la contre-culture journalistique, en marge des médias. Internet étant le levier technique nécessaire à son implantation. Le journalisme participatif, qu'il soit organisé ou non, séduit de par l'implication de la société civile constitue un bon plan de survie pour une presse en crise.
- les catastrophes naturelles constituent dans la plupart des cas le point de départ de l'amorçage et le développement des pratiques journalistiques citoyennes. Dans ce contexte, il y a, notamment celle du tsunami en 2004, qui ont poussé les

gens à médiatiser leurs témoignages et leurs opinions. Leurs présences sur place avant les journalistes, de nombreuses personnes se sont emparées de leurs caméscopes ou appareils photos pour immortaliser l'événement et envoyer leurs clichés à la presse et à travers le monde, grâce à Internet. Le besoin de témoigner de la part des victimes de cette catastrophe était si important, que les blogs se sont multipliés en quelques jours et ont facilement trouvé lecteurs. La nécessité de comprendre, d'obtenir des infos « de terrain », de « l'intérieur », était si grande, de la part de la population, que les récits, photos et vidéos partagés sur la toile, ont véritablement bouleversé la manière et les lieux où les citoyens recherchaient l'information. Ces informateurs improvisés ont alors découvert qu'il suffisait de réussir à capter l'attention des internautes sur les informations que l'on diffuse, pour entrer dans la danse médiatique (Evrard, 2012).

- les internautes sont appelés à se saisir des nouveaux moyens d'information pour reconquérir une part de la *citoyenneté* médiatique qui leur a été ôtée, souligne De Rosnay⁵ en affirmant que *«la régulation ne pourra plus s'effectuer du haut de la pyramide vers le bas. Plus personne, en effet, n'acceptera que des technocrates décident seuls ou en petit comité. Si les communications « tous vers tous » se sont si rapidement développées sur le réseau, c'est bien le signe que les utilisateurs refusent le diktat de quelques uns. La montée des média des masses va progressivement se traduire par une « corégulation citoyenne ».* » (2006, p. 199).

- l'héritage d'un statut ancien du lecteur/auditeur ou téléspectateur à qui il est donné aujourd'hui une nouvelle dimension : celle de témoin. Dans le cas d'événements majeurs dans des pays où la liberté de la presse n'existe pas, où dans lesquels les conditions d'exercice du métier de journaliste sont complexes, les informations, les témoignages et surtout les images prises par les amateurs prennent un relief particulier que les journalistes professionnels ne peuvent négliger. Ces témoignages qui peuvent être écrits et étayés de photographies ou de vidéos parviennent aux rédactions par divers canaux : envoyés directement aux rédactions ou à certains journalistes dont les *e-mails* sont connus ou parce que ces derniers tiennent des blogs, ils peuvent également parvenir aux rédactions via des plateformes spécialisées dans le recueil et la diffusion/commercialisation d'images amateurs auprès des médias traditionnels. Enfin, les grands médias eux-mêmes se dotent aujourd'hui de plateformes destinées à recevoir des témoignages en vue d'une exploitation possible par la rédaction (Aubert, 2011, p. 45)

⁵ Le fondateur du premier portail français du journalisme participatif *AgoraVox*.

- le journalisme participatif amène des masses entières de lecteurs à se saisir de l'information pour devenir eux-mêmes producteurs de photos, de vidéos, mais aussi de commentaires ou d'analyses de l'actualité. Du séisme en Haïti aux émeutes en Iran, en passant par les attentats de Londres ou de Bombay, la collecte de témoignages, de données ou d'opinions est de plus en plus partagée entre les médias, les blogs et les réseaux sociaux. Même la circulation de l'information n'est plus l'apanage des médias traditionnels, de plus en plus contraints de déterminer l'importance qu'ils donnent à un événement en fonction de l'écho rencontré auprès des internautes. La Toile détermine en partie les priorités médiatiques⁶,
- le journalisme-citoyen dispose clairement de limites, la première étant que journaliste c'est un métier et que l'on ne s'improvise pas journaliste. Le métier répond à des codes et à une formation. Le manque d'objectivité ainsi que celui lié à la vérification des informations sont également des limites. Le journalisme citoyen en ligne suscite des inquiétudes en termes de responsabilité, de vérification, de transparence, d'objectivité et de crédibilité. S'il ouvre la voie à une plus grande démocratie de l'information, il appelle aussi la mise en place de nouvelles garanties pour protéger les journalistes citoyens,
- la nature interactive de l'internet stimule le « journalisme de solution », qui s'appuie sur les citoyens pour promouvoir et mettre à profit des idées et des solutions nouvelles développées en dehors des canaux institutionnels et facilite les délibérations à grande échelle et l'émergence de positions communes sur des problèmes complexes grâce à l'utilisation d'algorithmes⁷,
- l'offre du journalisme participatif fait apparaître des projets et des dispositifs éditoriaux assez variés ; certains sites justifient leur initiative par une critique des médias traditionnels et proposent une alternative (*AgoraVox*) alors que d'autres sont créés par des structures majeures (*Wat TV* par la chaîne française *TF1*, *YouWitnessNews* par le moteur internet *Yahoo* et l'agence *Reuter*) ; des sites se conçoivent comme de simples espaces de publication, n'appliquant qu'une régulation minimale aux contenus proposés par les internautes (*NowPublic*, *Centspapiers*, *AgoraVox*), quand d'autres encadrent fortement les contributions en les mêlant aux travaux de professionnels (*Rue89*, *OhMyNews*) ou en les intégrant dans une dynamique collective dirigée par des journalistes (*Assignment Zero*) ; la

⁶ *Le Monde diplomatique*, février 2010

⁷ « Connecter les institutions et les citoyens à l'ère du numérique », *Forum mondial de la démocratie*, 27-29 novembre 2013, Rapport final, le Secrétariat du Conseil de l'Europe, 2014, page. 6

plupart de ces dispositifs sont strictement dédiés à cette modalité de production (Ruellan, 2007, p. 2),

3. L'explosion des portails du journalisme participatif :

Depuis de début du siècle, les sociétés occidentales accumulent les expériences dans le domaine du journalisme participatif. Dans ce registre, deux exemples importants peuvent être évoqué afin d'illustrer la montée de l'activité citoyenne des internautes dans le monde journalistique. Il s'agit du portail nord-coréen *OhMyNews* et le site français *AgoraVox*.

• *OhMyNews* : le leader mondial

Lancé le 22 février 2000, le site a notamment été copié en France, avec *Agoravox* et au Canada avec *NowPublic* (Vancouver) et *Centpapiers* (Montréal). Oh Yeon Ho, son fondateur, est à la tête d'une « armée » de 70 000 cyber-reporters en Corée du Sud et à l'étranger. Le portail nord-coréen *OhMyNews* est considéré comme le pionnier de la presse citoyenne dans le monde. Avec ses 200 articles par jour et son million de visiteurs quotidiens, la plateforme sud-coréenne d'information est le chef de file mondial du journalisme citoyen, la première grande initiative dans le monde du *Netizen* (citoyen d'Internet). En janvier 2005, le site participatif compte 36 657 *citizen reporters*, 35 *staff reporters* dûment salariés, 77 % étaient des hommes et vivaient pour 42,63 % d'entre eux à Séoul (alors que la capitale n'abrite que 10 % des Sud-Coréens). Ces *citizen reporters* se composaient de 23% d'étudiants, de 10 % d'individus travaillant dans la presse ou les carrières artistiques, alors que les agriculteurs comptaient en comparaison pour moins de 1% de ces rédacteurs amateurs (Kim, Hamilton, 2006, p. 546).

Cette surreprésentation des diplômés de l'enseignement supérieur ainsi que des professions de la culture et de l'information se retrouvait également en 2006 pour le site français *AgoraVox*, dont le modèle est calqué sur celui d'*OhMyNews*. Les articles envoyés par un « néo-journaliste » sont scrutés à la loupe afin de vérifier sa fiabilité avant d'être mis en ligne. En moyenne, un tiers des articles rédigés par des citoyens ordinaires et des professionnels de tous les milieux sont rejetés par l'équipe rédactionnelle d'*OhMyNews* composée de 55 journalistes expérimentés. Le patron du portail nord-coréen explique que son équipe est là pour rendre l'information plus claire, plus facile à lire. Il insiste sur le devoir de qualité, la véracité des informations et la transparence des sources. Avant d'être en ligne, toutes les informations sont vérifiées par une douzaine de « *fact checkers* » (Char,

2012, p. 267). « *OhmyNews est aujourd'hui un média crédible et incontournable du paysage journalistique sud-coréen* », souligne Son Seong-Hua de la Korean Broadcasting System (KBS).

Dans le monde médiatique sud-coréen, *OhmyNews* est un « *pure player* » (site d'information indépendant, non adossé à un média existant). Son contenu ne se retrouve pas seulement sur le Web, mais également sur papier avec une édition hebdomadaire. Avec Internet, l'espace médiatique est éclaté. Il est aujourd'hui à tout le monde. Le journalisme traditionnel a longtemps été possible à cause de ses caractéristiques propres, le formatage du média, ses limitations dans le temps et l'espace. Il s'est construit sur la ligne de démarcation suivante : il y a d'un côté les reporters et de l'autre les lecteurs. Tout cela est bel et bien fini !, Explique Oh Yeon Ho⁸.

Oh Yeon Ho ne cherche pas à opposer le journaliste professionnel au journaliste citoyen. Il veut seulement fournir les outils à ce dernier afin qu'il puisse mieux exprimer les nouvelles expressions de sa citoyenneté dans un pays qui est entré dans le club des pays riches bien avant de devenir une démocratie. Il tient cependant à ce que les articles de *OhmyNews* relèvent plus de l'information que de l'opinion. Pas question pour la plateforme du « journalisme à portée de tous » de devenir un blogue. Dans tous les cas, *OhmyNews* et tous les médias sociaux marquent la fin du monologue vertical et le début d'un dialogue horizontal dont il est encore difficile d'évaluer la portée pour les journalistes professionnels comme pour la société civile (Char, 2012, p. 272).

- **AgoraVox : le renouveau de la presse française**

Agoravox est le premier journal citoyen francophone en ligne, lancé par Joël de Rosnay et Carlo Revelli en mai 2005. Le site est calqué sur le modèle d'*OhMyNews*, le site de journalisme citoyen Sud-Coréen lancé en 2000. Sa devise est « *tout citoyen est un reporter* ». Diffusant vingt à trente articles par jour écrits par 3 300 « citoyens reporters » (ce qui est encore peu face aux 40 milles participants de *OhMyNews*), *Agoravox* a totalisé 500 milles connexions en avril 2006 et presque 400 milles utilisateurs uniques, seulement 11 mois après son lancement. L'accès y est entièrement gratuit (archives comprises), *Agoravox* ne tirant ses revenus que de la publicité. Une remarque importante peut être faite sur

⁸ Pour savoir davantage sur le fondateur d'*OhMyNews*, Oh Yeon Ho, voir la version anglaise du portail sur le site < <http://international.ohmynews.com/?s=Oh+Yeon+Ho> > (26/12/2015)

les journalistes citoyens du portail. En fait, les statistiques montrent qu'*Agoravox* reste un site d'élite car sur les 3521 reporters *citoyens* inscrits chez *AgoraVox* en avril 2006, les catégories socioprofessionnelles les plus représentées étaient celles des journalistes (8 %) et des étudiants (7 %, auxquels il faudrait ajouter 2% de chercheurs, docteurs, et doctorants). Arrivaient ensuite les catégories des enseignants et professeurs (5 %), des consultants (4 %), et des ingénieurs (4 %) (Barbe, 2006, p. 180).

La publication des articles sur *Agoravox* est basée sur un tri sélectif des articles proposés, en fonction d'un certain nombre de critères : fiabilité des informations, pertinence des arguments, proximité avec l'actualité, clarté du langage utilisé. La sélection se fait donc en amont de la publication. Une édition quotidienne est mise en ligne progressivement, du matin jusqu'en début d'après midi, bien que le site ne s'interdise pas de publier un article à n'importe quel moment de la journée en cas d'information exclusive. La publication des articles est validée par le comité de rédaction et plusieurs salariés de *Cybian*⁹. Le comité de rédaction se compose des rédacteurs d'*Agoravox* ayant publié au moins trois articles et qui ont demandé à en faire partie. Plusieurs salariés de *Cybian*, ainsi que Carlo Revelli, dont le rôle est de coordonner le projet, sont chargés de prendre part au vote qui décide de la publication et de vérifier les dispositions légales. Un vote a lieu pour chaque article proposé, avec un quorum minimal à atteindre pour être publié (Barbe, 2006). En fait, *Agoravox* se base sur un modèle éditorial participatif. Ne disposant pas de journalistes ou de rédacteurs professionnels, ce site compte uniquement sur l'investissement bénévole de citoyens pour les alimenter en contenu et créer une dynamique communautaire. Il propose des modes de publication et d'édition alternatifs, basés sur l'autoproduction et l'autorégulation des contenus. Ce site participatif préfigure une nouvelle forme éditoriale, non plus centralisée autour d'un modèle pyramidal mais fonctionnant sur un modèle réticulaire, où chaque individu est à la fois consommateur et producteur du média. En d'autres termes, le fonctionnement d'*AgoraVox* repose sur une médiation professionnelle minimale. Les responsables du site ne mettent pas en avant un statut de journaliste, assurent essentiellement un rôle de gestion et d'agencement des contenus. Leur regard éditorial sur les articles proposés par les internautes se limite pour l'essentiel à

⁹ *Cybian* est la société propriétaire du site *AgoraVox*. Elle est créée par Carlo Revelli et Joël de Rosnay. Voir davantage d'information sur < <http://www.cybian.fr/Cybian-et-l-Intelligence.html> > (06/12/2015)

s'assurer de leur conformité avec le droit, dans le but de prévenir des propos illicites (Rebillard, 2012).

AgoraVox1 s'inscrit dans une logique d'extension du journalisme, en se positionnant précisément dans un espace frontière entre journalisme, sources et publics ; il tire sa légitimité de cette position. Le projet part d'un constat qui a marqué l'histoire du Web : le témoignage profane peut être source principale d'informations, en particulier lors de circonstances exceptionnelles (les vidéastes amateurs face au Tsunami en décembre 2004, les images déposées sur *Flickr* témoignant des attentats de Londres en juillet 2005, les blogs autour du cyclone Katrina en septembre 2005) et d'un précédent comme modèle, le site sud-coréen *OhMyNews*. La juxtaposition des attributs de citoyens et de reporters semble nier l'expertise du reporter. Toutefois, *AgoraVox* réalise bien un travail éditorial en sélectionnant et hiérarchisant les productions informationnelles des profanes – une notion qui doit elle-même être relativisée (Tredan, 2007, p. 116).

4. Le cyberactivisme dans les sociétés arabes :

Phillip Howard définit le cyberactivisme comme l'utilisation de l'Internet dans le but de faire entendre une cause politique difficile à faire avancer sur le terrain : « *the goal of such activism is often to create intellectually and emotionally compelling digital artifacts that tell stories of injustice, interpret history, and advocate for particular outcomes* » (Howard, 2011, p. 145). Egalement, le cyberactivisme ou journalisme citoyen peut être défini comme l'utilisation d'Internet et des technologies de l'information et de la communication pour promouvoir une cause politique qu'il serait, sans cela, difficile de soutenir dans la réalité, c'est-à-dire au-delà des cercles virtuels. Les cyberactivistes s'appuient sur différentes technologies pour solliciter des répertoires émotionnels et symboliques et créer des contenus numériques par le biais desquels ils donnent un sens aux événements, dénoncent des abus ou des injustices et encouragent la mise en place de certaines politiques. À l'aide de téléphones portables et d'appareils photo numériques, les habitants dans quelques pays arabes, en colère, se sont improvisés journalistes citoyens, ils ont mis en ligne des photos et des vidéos, parfois simplement sur leur compte Facebook personnel. Les nouveaux moyens de communication (téléphones portables, appareils photo numérique, Internet, chaînes satellitaires) ont surtout permis d'amplifier la charge émotionnelle suscitée par cette répression, de diffuser les images, parfois extrêmement difficiles à supporter,

de ces corps violentés, mais aussi de familles criant ou pleurant de tristesse (Lecomte, 2012). Les pays arabes enregistrent une part importante dans le domaine du cyberactivisme depuis le début de cette décennie. Dans ce sens, il est pertinent d'enregistrer l'importance de la campagne *Askar Kzeboun* (l'armée menteuse) lancée en Egypte au cours de l'été 2011 qui est un exemple emblématique du cyberactivisme. Ce collectif de volontaires sillonne le pays pour dénoncer les violences et les abus de l'armée envers les manifestants dont ils apportent des preuves visuelles (photos et vidéos). Dans des quartiers populaires, où les gens ont un accès restreint à l'information, ils organisent des projections dans les rues sur de grands draps ou les façades d'immeubles. Certaines vidéos sont parfois reprises par des chaînes de télévision ou commentées dans la presse (Haschke, 2012). En outre, il faut souligner que le cyberactivisme tunisien a une histoire ancienne de déjà plus d'une décennie et que, depuis la fin des années 1990, les cyberactivistes sont très critiques vis-à-vis de l'opposition tunisienne « classique » (associations et partis politiques indépendants, qu'ils soient reconnus ou non), notamment vis-à-vis de leurs modes d'action et de communication jugés dépassés. Il est vrai que, globalement, les opposants traditionnels n'ont pas saisi pleinement l'opportunité que représentait Internet pour recréer un contact avec les citoyens, dont ils avaient été coupés par des décennies d'autoritarisme. Seule une partie des rares jeunes militants de l'opposition s'y sont fortement investis (Lecomte, 2012). Dans ce sens, Internet permet aux citoyens ordinaires, en particulier aux jeunes, d'exprimer leurs préoccupations et leur vision de la société au moyen de vidéos et d'autres supports de diffusion de contenus sur les médias sociaux. Il permet aussi aux personnes et aux petites organisations de mobiliser des soutiens et des ressources en faveur de diverses causes (pétitions en ligne, financement participatif) et de sécuriser le militantisme dans les pays sous régime autoritaire (sécurité des militants renforcée par des applications d'alerte numérique)¹⁰.

Si les journalistes citoyens arabes ont participé activement dans le mouvement du cyberactivisme, il convient de s'intéresser à leur sociologie afin de mieux comprendre leur action dans leurs sociétés respectives. Dans ce sens, il est pertinent de prendre des exemples des produits informationnels de ces journalistes participatifs pour les examiner et comprendre leurs essences. En choisissant le cas

¹⁰ « Connecter les institutions et les citoyens à l'ère du numérique », *Forum mondial de la démocratie*, op. cit., page. 6

de l'Égypte et en s'appuyant sur une étude faite par J. Nathan Matias, chercheur au centre américain *The MIT Center for Civic Media*¹¹, il apparaît que :

- la majorité de ces blogueurs sont de nationalité égyptienne (29 sur un échantillon de 40 individus). 3 blogueurs sont de nationalité américaine, 2 des Émirats Arabes Unis, 2 de nationalité inconnue et les autres sont issus du Qatar, du Canada, du Royaume-Uni, de Palestine, et du Bahreïn,
- la langue essentiellement utilisée est l'anglais : 24 blogueurs utilisent exclusivement la langue anglaise sur Internet, 17 communiquent en anglais et en arabe, et seulement 3 d'entre eux utilisent uniquement l'arabe,
- la majorité de ces blogueurs-activistes appartiennent à la catégorie professionnelle « journaliste », 10 d'entre eux travaillent pour des médias professionnels, 11 sont principalement « journalistes citoyens » et 6 sont à la fois « journalistes et blogueurs »¹², c'est-à-dire qu'ils collaborent avec des médias professionnels tout en exerçant leurs activités de journaliste citoyen. Les autres professions identifiées sont les suivantes : 6 se définissent comme activistes, 6 appartiennent au domaine de la communication/marketing/médias sociaux, 3 sont chercheurs en sciences humaines, 2 appartiennent au domaine médical, et 2 sont professeurs d'université,
- une pluralité de ces blogueurs a eu une formation dans une université occidentale : 10 ont été formés dans une université occidentale, 1 a été *visiting scholar* dans une institution américaine formant des journalistes, 6 ont été formés dans une université égyptienne, 1 dans une université au Bahreïn,
- enfin, la grande majorité de ces blogueurs appartiennent au même réseau : ils communiquent entre eux et se suivent sur Internet, ils participent parfois aux mêmes activités professionnelles, certains ont des liens familiaux.

A partir de cela, deux éléments sont particulièrement intéressants à retenir de ce profil des cyberactivistes égyptiens et de leurs actions. Premièrement, le fait que la majorité de ces blogueurs soient de nationalité égyptienne, mais ont obtenu une formation académique à l'étranger et communiquent principalement en anglais valide en partie l'idée qu'ils correspondent à un profil bien précis qui se dit « internationaliste » ou « cosmopolite ». Ces blogueurs disposent ainsi des outils

¹¹ Pour davantage d'information sur les résultats de cette recherche concernant le cyberactivisme dans le monde arabe, voir le site de l'institution sur < <https://civic.mit.edu/> > (26/12/2015)

¹² <<http://civic.mit.edu/blog/natematias/media-representation-in-the-arab-uprisings-egypt-and-libya>> (26/12/2015)

nécessaires pour toucher une audience extérieure, ce qui peut les rendre assez influents pour faire pression sur le régime égyptien. Deuxièmement, le fait que la majorité de ces blogueurs-activistes appartiennent à la catégorie professionnelle « journaliste » (incluant journaliste citoyen et correspondant pour des médias professionnels) témoigne de l'environnement médiatique complexe dans lequel ils opèrent.

Les révolutions dans le monde arabe en 2011 sont un exemple de l'utilisation que peuvent faire les journalistes de ces images des amateurs provenant de pays dans lesquels les journalistes occidentaux ne peuvent pas ou plus rentrer, une fois qu'elles ont été recoupées et vérifiées. Les manifestations quotidiennes en Syrie et la violence de la répression qui y sévit ne peuvent être illustrées quasiment que par des images clandestines non tournées par des professionnels.

Les informations parvenant aux rédactions occidentales par le biais d'individus qui ne sont pas journalistes prennent un relief particulier puisqu'elles sont un moyen de comprendre les enjeux de la situation chaotique dont il devient de plus en plus difficile de rendre compte. Ces matériaux ne peuvent cependant pas être utilisés de manière brute, mais doivent être contextualisés et mis en forme. Car, si les journalistes occidentaux se servent des informations des amateurs pour faire avancer leur travail, il serait naïf de croire qu'ils se laissent dicter le traitement de l'information par ces derniers. Les images prises par les amateurs au moment de manifestations interdites par des régimes sont tout d'abord utilisées comme système d'alerte, car la plus grande partie du travail de couverture de ces événements se fait à distance. Il faut donc les considérer comme un moyen d'amorçage de la couverture des événements déclenchant, dans un second temps, un processus de vérification de l'information (Aubert, 2011, p. 46). Les informations reçues par le biais de mails, les images et vidéos envoyées aux journalistes *via* les réseaux sociaux sont un point de départ et non une information à part entière. Une couverture de l'actualité qui se ferait uniquement grâce aux réseaux sociaux est un mythe car le travail du journaliste ne peut se passer du recoupement avec les sources humaines.

En fait, les espaces de communication en ligne jouent actuellement un rôle, mais ce rôle est très différent de celui qu'ils ont été amenés à jouer avant et pendant le mouvement de contestation qui a débouché sur le départ de Ben Ali, Kaddafi et

Moubarak. Depuis quelques mois, il y a une reconfiguration importante de l'espace public tunisien, égyptien et libyen. Non seulement la peur des citoyens de parler politique hors de la sphère privée s'est largement dissipée, mais les médias traditionnels sont désormais beaucoup plus ouverts. Bien entendu, d'anciens réflexes persistent, par exemple, l'autocensure dans les médias traditionnels n'a pas complètement disparu, tout comme la répression de certaines manifestations de rue. Mais on observe une réelle ouverture de l'espace public tunisien dans son ensemble, qui modifie le rôle des médias sociaux (Lecomte, 2012). Le cyberspace ne constitue plus désormais une exception, cet îlot de relative liberté dans un espace public globalement sous la mainmise du pouvoir. L'ouverture de l'espace public tunisien a pour conséquence un décloisonnement de ses différentes composantes, une circulation beaucoup plus intense des personnes, des informations et des opinions entre les différents espaces publics partiels. Par exemple, les blogueurs tunisiens sont désormais habitués à venir donner leur avis sur les plateaux de télévision, à la radio, dans la presse écrite. Il est également de plus en plus fréquent que des blogueurs cumulent journalisme citoyen et journalisme professionnel. Et, désormais conscients de l'importance des réseaux sociaux, les responsables du gouvernement, de l'administration et les représentants de partis politiques y sont beaucoup plus présents, pour présenter leurs idées, leurs projets, mais aussi pour rendre des comptes aux citoyens. Les appels à manifester sur Facebook ont plus de chances qu'auparavant de se concrétiser dans la rue, puisque la peur d'investir la rue est moins prégnante. Les frontières entre le cyberspace et la rue et entre le cyberspace et les médias traditionnelles sont donc désormais plus poreuses.

En résumé, il apparaît que l'écosystème de l'information, plus complexe, aurait tendance à modifier les pratiques journalistiques pour donner naissance à un journalisme collaboratif où journalistes professionnels, acteurs non étatiques, et individus participent à la diffusion de l'information. Ce phénomène a été présent dans le cadre des « Printemps arabes » en Égypte, en Tunisie, en Syrie, ainsi qu'en Iran en juin 2009. Dans tous ces cas, les régimes en place ont voulu contrôler l'information, bloquant notamment l'accès aux journalistes internationaux. Or, les journalistes citoyens et cyber-activistes, qui ont agi au sein même de ces pays, ont

bénéficié de réseaux dans les médias étrangers plus traditionnels afin de toucher une audience internationale¹³.

Conclusion

Quel résultat peut être fait en vue de conclusion de ses lignes. En fait, il y a trois éléments à retenir :

- le journalisme participatif devient une pratique citoyenne qui permet aux citoyens de participer dans la démocratie participative au sein de la Cité et par cela ils deviennent des acteurs incontournables dans l'espace public. Dans les pays arabes, le journalisme-citoyen est encore dans la phase de l'expérimentation. Il faudrait avoir des initiatives et des projets réels afin de rentrer dans l'ère du journalisme-participatif et pour cela, les acteurs « numériques » (internauts, bloggeurs, etc.) dans l'espace arabe qui sont invités à prendre des mesures dans cette direction. C'est dans ce sens qu'Oh Yeon Ho, le patron du portail nord-coréen *OhMyNews*, souligne qu'il ne peut y avoir de démocratie sans participation active du citoyen, sachant que son pays a longtemps été une dictature. Il a créé *OhmyNews* pour aider le lecteur à s'investir dans l'information et ainsi accomplir son devoir de citoyenneté (Char, 2012, p. 270).
- le cyberactivisme dans l'espace arabe a montré sa capacité de mobiliser les publics sur des causes justes. C'est le constat qu'il confirme le projet intitulé *Project on Information Technology and Political Islam* (PITPI), dont lequel une équipe de recherche de l'université de Washington a entrepris à la fin de l'été 2011, de décrypter plus de trois millions de *tweets*, un volume important de vidéos du site *YouTube* et le contenu de nombreux blogs afin de déterminer l'impact d'Internet et de médias sociaux tels que *Twitter* et *Facebook* sur le printemps arabe et voir si celui-ci pouvait réellement être qualifié de révolutionnaire¹⁴. Les chercheurs sont arrivés à la conclusion qu'en Egypte et en Tunisie, les échanges en ligne sur les mouvements de protestation ont souvent précédé de peu le déclenchement des

¹³ *Idem*, page. 6

¹⁴ *Project on Information Technology and Political Islam*, "Opening Closed Regimes: What Was the Role of Social Media During the Arab Spring?", Working Paper n°1, 2011, disponible en ligne sur :

<<http://pitpi.org/index.php/2011/09/11/opening-closed-regimes-what-was-the-role-of-social-media-during-the-arabspring/>>

mobilisations de rue. Les médias sociaux ont permis aux populations de la région de partager témoignages et informations y compris pendant les manifestations. Le rapport établit que ce type de pratique a inspiré les pays voisins et permis l'extension de la vague révolutionnaire à l'ensemble de la région.

- malgré le succès qu'a enregistré le journalisme citoyen dans la démocratisation de la prise de parole, il reste un bon chemin à faire devant les acteurs du journalisme participatif. Les statistiques le confirment. Les blogs, ont les contenus sont utilisés sur des médias dits « participatifs », reste avant tout une instance de commentaire sur l'information, avant de pouvoir revendiquer un statut de producteur d'information. Selon une étude américaine sur les six principaux blogs politiques aux États-Unis seuls 1% des *posts* seraient des informations originales, tandis que 38,5 % sont des commentaires généraux de l'actualité. De même, en comparant la nature des liens proposés sur ces blogs, on constate que les médias professionnels restent très présents (près de la moitié), juste après les références faites aux autres blogs (Reese and *al.*, 2007).

Bibliographie :

- Aubert, A (2011) « Le participatif perçu par les professionnels du journalisme : état des lieux », *Les Cahiers du journalisme*, n° 22/23, pp. 42-45
- Barbe, L (2006) « Wikipédia et AgoraVox : de nouveaux modèles éditoriaux ? Les médias participatifs : des modèles éditoriaux émergents sur Internet », in Broudoux, E., Chatron, G., (dirs.), *Document numérique et société. Actes du colloque DocSoc*, Paris, ADBS Editions, pp. 171-184
- Char, A (2012) « OhmyNews ou quand chaque citoyen est un journaliste », *Les Cahiers du journalisme*, n° 24, pp. 266-273
- De Rosnay, J (2006) *La révolte du pronétariat. Des mass média aux média des masses*, Paris, Fayard
- Evrard, S, (2012) *Le journaliste, espèce en voie d'extinction ?*, Bruxelles, Action et Recherche Culturelles, a.s.b.l.
- Gillmor, D (2004) *We the Media. Grassroot journalism by the people, for the people*, Sebastopol C.A, O'Reilly Media
- Haschke, P (2012) *La scène médiatique au Moyen-Orient à la lumière du printemps arabe*, in <http://www.sciencespo.fr/ceri/sites/sciencespo.fr.ceri/files/art_phasc.pdf>

- Howard, P (2011) *The Digital Origins of Dictatorship and Democracy: Information Technology and Political Islam*, Oxford, Oxford University Press
- Kim, E-G., Hamilton, J-W (2006) « Capitulation to Capital? OhMyNews as Alternative Media », *Media, Culture and Society*, vol. 28, n° 4, p. 541-560
- Lecomte, R (2012) « Cyberactivistes et société civile Les ambiguïtés de la révolution tunisienne », Entretien avec Lecomte
<<https://orbi.ulg.ac.be/bitstream/2268/107441/1/20.-Entretien-avec-Romain-Lecomte.pdf>>
- Rebillard, F (2012) « Le journalisme participatif : définition, évolutions, état des lieux », *e-Dossiers de l'audiovisuel*, Paris, Ina, novembre 2012
- Rebillard, F (2007) « Le journalisme participatif, de l'idéologie à la pratique », *Argumentum*, n°6, pp. 11-23
- Ramonet, I (2011) *L'explosion du journalisme, Des médias de masse à la masse de médias*, Paris, Galilée
- Rheingold, H (2002) *Smart Mobs: The Next Social Revolution: Transforming Cultures and Communities in the Age of Instant Access*, Cambridge, MA, Perseus Publishing,
- Reese, S and *al.*, (2007) « Mapping the Blogosphere : Professional and Citizen-based Media in the Global News Arena », in *Journalism*, 8, pp. 235- 261
- Ruellan, D (2007) « Penser le 'journalisme citoyen' », *Cahier de recherche*, n° 13, < http://www.marsouin.org/IMG/pdf/Ruellan_13-2007.pdf>
- Tillinac, J (2006) « Le web 2.0 ou l'avènement du client ouvrier », *Quaderni*, n° 60, pp. 19-23
- Tredan, O (2007) « Le « journalisme citoyen » en ligne : un public réifié ? », *Hermès, La Revue*, n° 47, pp. 115-122