

La mondialisation culturelle et la reconfiguration des rapports à la culture en Algérie

Cultural globalization and the reconfiguration of relations to culture in Algeria

Hayette GUENFISSI^{*1}

¹ Université Abderrahmane Mira Bejaia (Algérie),

hayette.guenfissi@univ-bejaia.dz

Date de réception:15/10/2021

Date d'acceptation:20/12/2021

Résumé

Le travail présenté dans cet article est le résultat d'une enquête de terrain réalisée dans le cadre d'un projet de recherche, il concerne la question de la mondialisation culturelle qui s'est imposée comme problématique préoccupante ces dernières décennies à l'échelle planétaire. et ce, du fait de l'ascension fulgurante des nouvelles technologies de l'information et de la communication d'une manière générale et plus particulièrement l'arrivée et la diffusion de l'internet qui marque l'entrée de l'homme dans une nouvelle ère, l'ère du numérique qui a apporté avec elle une toute nouvelle culture et une nouvelle forme de sociabilité axée sur les rapports virtuels, qui prônent tout ce qui émane des industries culturelles utilisées comme vecteur de la mondialisation culturelle calculée par les puissances dominantes sur le plan économique, mais surtout technologique pour asseoir leur hégémonie. Il s'intéresse aussi aux modalités de reconfiguration des rapports de la société algérienne à sa culture. L'enquête réalisée entre 2020 et 2021 nous a dévoilé les traits culturels dominants de la société algérienne actuelle.

Mots-clés : La mondialisation culturelle, les écrans, internet, la reconfiguration, la culture

Abstract

The work presented in this article is the result of a field survey carried out as part of a research project, it concerns the question of cultural globalization which has emerged as a worrying problem in recent decades on a planetary scale. and this because of the meteoric rise of new information and communication technologies in general and more particularly the subsequent arrival of the Internet which marks the entry of man into a new era, the digital era which has brought with it a whole new culture and a new form of sociability focused on virtual relationships, which advocate everything that emanates from the cultural industries used as a vector of cultural globalization, calculated by the dominant powers on the economic plan, but above all technological to establish their hegemony. He is also interested in the modalities of reconfiguration of the relations of Algerian society to its culture. The survey carried out between 2020 and 2021 revealed to us the dominant cultural features of current Algerian society.

Keywords : Cultural globalization, screens, internet, reconfiguration, culture

^{*} Auteur correspondant.

La mondialisation culturelle et la reconfiguration des rapports à la culture en Algérie

Introduction

Le 21^{ème} siècle constitue une époque semblable à nulle autre dans l'importance accordée à l'usage des technologies de l'information et de la communication dans tous les domaines de la vie. Faisant de la société actuelle une société de communication et de l'information. Parmi ces technologies se trouve l'écran connecté à internet qui a révolutionné la société mondiale, en effet, l'écran a détrôné tous les autres procédés de communication et de diffusion, il a aussi contribué à l'accélération du phénomène de la mondialisation, notamment la mondialisation culturelle qui a bouleversé la société dans toutes ses structures. Et la structure socioculturelle est la plus affectée par ces mutations.

Il faut bien admettre que l'écran connecté est non seulement l'outil indispensable mais il est incontournable pour s'adapter à la vie actuelle. Sous différentes formes, l'écran connaît un grand engouement de la part des usagés, notamment des Algériens qui ne se voient plus vivre sans les écrans.

Un nombre important d'Algériens rejoignent l'idée de Pierre Levy qui « qualifie internet de citadelle de lumière » (Breton, 2004, p.30) du fait des transformations essentielles qu'il a engendré dans la société, particulièrement la structure culturelle.

Notre travail s'intéresse à l'impact de la mondialisation culturelle via les écrans connectés sur la société algérienne, la question principale qui nous préoccupe est la suivante : comment ces écrans ont reconfiguré les rapports des usagers du net à leur culture à l'ère de la mondialisation en Algérie ? Cette thématique fait partie d'un projet de recherches en cours de finalisation sur les usages contournés des écrans en Algérie. A ce propos, rares sont les recherches qui ont abordé cette problématique qui prend de plus en plus d'ampleur dans notre société, à l'exemple du travail publié sous la direction de Tayeb CHENNTOUF sous l'intitulé de « l'Algérie face à la mondialisation (2008) » figure parmi les rares ouvrages qui ont évoqué quelques aspects de la reconfiguration des rapports à la culture en Algérie, sans pour autant renier la primauté du caractère économique du travail. Nous citons aussi l'ouvrage de Djamel GUERID « L'exception algérienne (la modernisation à l'épreuve de la société) », 2007, ainsi que celui de BOUTEFNOUCHET (Mostefa) « La société algérienne en transition », (2004) qui parlent des mutations de la société algérienne sans accorder trop d'importance au rôle des écrans.

Avant d'établir un état des lieux sur la façon dont la reconfiguration des rapports à la culture s'est opérée, en s'appuyant sur les résultats obtenus grâce à l'enquête effectuée sur le terrain. Nous allons apporter quelques clarifications concernant le phénomène de la mondialisation culturelle, passer ensuite à sa définition ou plutôt à ses définitions qui montrent le caractère complexe et

tentaculaire du phénomène, ensuite remonter les origines de la culture de l'écran à travers le temps et les lieux.

1. Aux origines de la mondialisation culturelle

Les multiples progrès qu'ont connu les divers moyens de communication et de l'information, ont fait que les distances entre les hommes ne sont plus un obstacle à leur rencontre, et les durées d'acheminement et de transmission de biens et d'informations sont réduites, on croirait que le monde tend à devenir un petit village.

Comprendre et définir la mondialisation culturelle, ne peut se faire sans remonter l'histoire de l'humanité via le développement des moyens de communication, à la fois au niveau des moyens de transport suite à la révolution des transports vapeur et charbon (1830) qui permettent de déplacer des personnes et les marchandises d'un endroit à l'autre (bateaux, trains, voitures et avions), et les moyens de transmission des informations qui s'est opéré fin du 19^{ème} siècle grâce à la Révolution de l'électricité (éclairage urbain 1878) complété par la Révolution de l'informatique, à vrai-dire, on ne peut négliger l'évolution historique qui l'a menée là où elle se trouve aujourd'hui.

Certes, le 21^{ème} siècle marque le triomphe des nouvelles technologies de l'information et de la communication à l'échelle planétaire, du fait de leur importance, de leur utilité dans tous les domaines de la vie, mais, tous ceux qui ont travaillé sur cette nouvelle société caractérisée par l'usage massif de ces technologies ont compris les enjeux latents de l'adoption d'une telle démarche, car « les technologies de la communication sont tout sauf neutres. Elles influencent les relations sociales, les anticipent, les modèlent. » (Sauquet, 2004, p.20)

Pour ainsi dire, l'arrivée de la mondialisation culturelle, a nécessité l'existence d'autres formes de mondialisation qui ont débauché sur la culture globale, dans ce contexte il s'agit évidemment dans un premier lieu de la mondialisation politique basée sur l'expansion territoriale, ensuite la mondialisation économique axée à ces débuts sur l'économie marchande et puis sur les progrès réalisés par la révolution industrielle qui a conduit à l'apparition d'une nouvelle forme sociétale, suivie par la mondialisation informationnelle ou simplement la mondialisation des médias qui est à l'origine du phénomène. La mondialisation des médias permet, une ouverture sur toutes les informations existantes dans le monde, Giddens explique que « l'un des effets importants de l'industrialisme est la transformation des technologies de la communication. Et ces technologies mécanisées ont considérablement influencé tous les aspects de la mondialisation depuis l'apparition de l'imprimerie mécanique en Europe. Et l'effet de la mondialisation des médias a été souligné à l'époque de la première expansion de la presse écrite de masse » (Giddens, 1994, p. 83).

La mondialisation culturelle et la reconfiguration des rapports à la culture en Algérie

L'un des résultats de la mondialisation des médias, c'est le décloisonnement des cultures, en effet, ces derniers temps, plusieurs indicateurs vont dans le sens d'un changement manifeste des cultures nationales et locales au profit d'une culture de plus en plus homogène, unifiée et standardisée, en temps actuel nous partons « Ainsi, du constat incontestable que les cultures ne sont jamais «pures, isolées et fermées » mais vivent bien plutôt d'échanges et d'apports continuels »(Latouche, 2005,p.14)

Grace à la performance des nouvelles technologies qui sont de plus en plus sophistiquées, particulièrement l'invention de l'internet qui a détrôné les autres médias en un temps record par l'abolition de toutes formes de frontières qui pouvaient entraver le processus de diffusion de biens et d'informations dans le monde, il est facile de remarquer qu'« Avec le développement des communications et des hypermédias, le rapport au temps et la distance change, les grands événements historiques ou sportifs se voient en direct, chacun ayant accès immédiatement aux images et aux informations de tous les coins du monde. Désormais on est connecté à tous, n'importe où, les recoins les plus périphériques sont désenclavés, le local est branché sur le global : la culture monde c'est celle de la compression du temps et de rétrécissement de l'espace. » (Lipovetsky et Serroy, 2008, p.17)

Les sociétés aujourd'hui, semblent être plus proches les unes des autres malgré la diversité de leur origines ethniques, religieuses, linguistiques et culturelles, du fait de l'enclenche de ces dernières à s'alimenter d'une même source qui domine le marché mondial de l'offre des biens de consommation, qu'ils soient de nature matérielle ou immatérielle qu'on nomme les biens culturels. Sans doute, c'est ce mode de consommation croissant pour les mêmes produits culturels, qui a donné naissance à la mondialisation culturelle qui « désigne soit un processus d'uniformisation des biens culturels consommés sur le « village planétaire », soit la création d'une grammaire universelle. Le premier challenge est donc la définition des mots ou expressions culture, diversité culturelle, spécificité culturelle, multiculturalisme, ou encore pluralisme culturel. Un autre est en prise avec l'échelle planétaire du phénomène qui génère de nouvelles notions telles la géopolitique, la gouvernance ou l'hyperculture. » (Tardif et Farchy, 2006, p.1)

2. Quelques Définitions de la mondialisation culturelle

Dans ce travail nous allons nous contenter de quelques définitions que nous jugeons adéquates au thème de notre recherche à savoir comment la mondialisation culturelle a contribué au changement de la culture algérienne, dans laquelle on voit apparaître de nouveaux traits culturels, comportements, nouvelles attitudes et habitudes qui touchent le mode de vie en terme de consommation et d'agissement qui font craindre la dilution de la culture

traditionnelle et sa substitution par une culture dominante diffusée à travers les nouvelles technologies de l'information et de la communication dont la gestion ne dépend plus des autorités locales mais plutôt du libre choix des utilisateurs de ces technologies. Ainsi, « l'expression « mondialisation de la culture » désigne cette circulation de produits culturels à l'échelle du globe » (Warnier, 2007, p.3) ou désignerait soit « la diffusion élargie de pratiques culturelles, soit l'augmentation des échanges de biens culturels ou encore une uniformisation qui aboutirait à une sorte de culture mondiale » (Tardif, 2008, p.203) ou encore, « La mondialisation peut être définie comme un processus d'expansion au-delà des frontières nationales, qui concerne des marchandises, des services, des institutions, des pratiques, etc. Le mot désigne couramment les délocalisations d'entreprises, l'influence visible des grandes firmes multinationales (Wal-Mart, Microsoft, etc.), le succès des moyens de communication globaux, le développement d'Internet et de la « nouvelle économie », le « pouvoir de la finance », la croissance des échanges internationaux. » (Lebaron, 2009, p.81)

3. Apparition et évolution de la culture de l'écran

La culture de l'écran a changé le monde, et le 21ème siècle marque le triomphe de la société de l'image de l'information et de ses pouvoirs diffusés à travers l'écran. Pour arriver à cette hégémonie, la culture de l'écran est passée par trois révolutions distinctes :

3.1 La révolution du cinéma

Les origines de la culture de l'écran remontent à l'apparition du cinéma fin du 19ème siècle, suite à l'invention de l'électricité, mais c'est au 20ème siècle qu'elle va se propager avec un rythme accéléré soutenu par les différentes progressions techniques qui ne vont pas se contenter du cinéma comme seul moyen de divertissement, en effet ces progrès vont mettre à disposition de l'homme de nouveaux procédés d'apprentissage et de communication, l'intérêt accordé au domaine de la communication et l'information en particulier émane des conditions géopolitiques et économiques de l'époque, puisqu'il fallait relancer l'économie en souffrance après les deux guerres mondiales. Il n'est pas surprenant de voir l'éruption de nouvelles inventions pendant le 20ème siècle, « Mais nulle, sans doute, de ces nouvelles techniques n'a été si fortement prégnante que celle qui a inventé un dispositif appelé à devenir celui sur lequel repose largement aujourd'hui l'hypermodernité–l'écran- et qui s'est imposée, à la charnière des deux siècles, comme le langage présentatif des temps modernes : le cinéma. » (Lipovetsky et Serroy, 2008, p.79)

Avec le cinéma, commence une culture monde, facile à exporter grâce aux industries culturelles, un produit doté d'un langage facile à comprendre par tous, fait d'images fluides et séductrices. Et pour que les produits cinématographiques soient vulgarisés à travers le monde comme premier grand

La mondialisation culturelle et la reconfiguration des rapports à la culture en Algérie

produit culturel planétaire, l'invention de la télévision est plus qu'indispensable, car c'est à travers elle que les films sont diffusés.

3.2. La révolution de la télévision

Les années 50 marquent un tournant décisif au niveau des inventions avec l'avènement de la télévision, alors qu'elle était considérée un signe très manifeste de modernité et d'aisance au départ, au bout de deux décennies elle a conquis la plupart des sociétés. Elle s'est introduite à l'intérieur de chaque foyer, ayant plusieurs atouts en sa possession, la télévision est « créatrice d'un véritable langage, la télévision impose le règne de l'image directe, porteuse de choc visuel et d'émotionnalité. C'est un modèle culturel inédit qui se met en place, marquant le triomphe de la vitesse, de l'instantanéité, du scoop, de la publicité, du divertissement permanent et à demeure. » (Lipovetsky et Serroy, 2008, p.81)

C'est la télévision qui est à l'origine de l'apparition du village global, une planète sans frontières, où règne la libre circulation des informations et des images. Etant donné l'importance accordée par le public d'une part et les media d'une autre part pour la télévision, la guerre de Vietnam figure parmi les grands événements transmis en directe par la télé. Il faut admettre, qu'avant l'arrivée de l'ordinateur, l'écran de télévision était la principale fenêtre des gens sur le monde. Elle est perçue non seulement en tant que vectrice par excellence de nouvelles et d'images, mais aussi unificatrice des goûts et des émotions grâce aux programmes diffusés, car « de plus en plus, les hommes de l'ensemble de la planète se trouvent réunis devant l'écoute et la vision de sons et d'images qui constituent un socle commun d'informations, de connaissances et de divertissement. » (Lipovetsky et Serroy, 2008, p.81), voilà les raisons qui ont permis à la télévision de monopoliser les media pendant plus d'un demi-siècle.

3.3. La révolution de l'ordinateur

Après le succès réalisé par les deux précédents écrans (cinéma et télévision), un troisième écran fait son apparition et inonde le monde, c'est l'écran de l'ordinateur ; et c'est par lui que la société intègre la révolution numérique dans ses usages et pratiques. L'écran de l'ordinateur est le seul capable grâce à l'internet de détrôner les autres écrans, du fait qu'« Internet est le premier système de communication multimédia interactif intrinsèquement transfrontière. Il a vocation à transcender toutes les barrières nationales, linguistiques, institutionnelles, disciplinaires et autres ; il réunit en un seul assemblage hypertextuel l'ensemble des expressions de la culture humaine. » (Lajoie et Guichard, 2002, p.68)

4. Méthode et outils

Nous avons opté pour l'approche qualitative dans notre recherche, compte tenu que c'est la compréhension du changement de la culture suite à l'intégration des nouvelles technologies de l'information et de la communication qui est l'une de nos préoccupations scientifiques, en utilisant l'analyse de contenu, précisément l'analyse thématique, sur un échantillon de famille bougeottes constitué de 60 familles ayant accepté de répondre aux questions de notre entretien, c'est donc un échantillon non probabiliste. On a établi un guide d'entretien qui s'articule autour de plusieurs questions.

4.1. Le guide d'entretien :

1/ La société algérienne est-elle une société conservatrice ou une société en quête de modernité ?

2/ Dans sa quête de modernité, La société algérienne est-elle influencée par la mondialisation de la culture (la culture numérique)?

3/Y'a-t-il une domination d'une ou plusieurs cultures précises ? Lesquelles ?

4/Peut-on parler d'un choc de cultures en Algérie après l'intégration d'internet ?

5/ Les divers enclins culturels de la société algérienne, attestent-ils son ouverture ou son état d'errance et de déracinement ?

6/Quels sont les aspects du changement culturel de la société ?

5. Résultats de l'enquête

Reconfiguration des rapports à la culture

L'enclin grandissant des Algériens pour la culture de l'écran est évident, il suffit d'observer le temps consacré pour la connexion, et le budget alloué à l'acquisition des écrans ; pour comprendre l'ampleur de la reconfiguration des rapports à la culture, on doit admettre le rôle capital joué par le progrès technologique, en effet, « la montée en puissance de ce qui est appelé la culture de l'écran, sous les effets conjugués de la dématérialisation des contenus, de la généralisation de l'internet à haut débit et des progrès considérables de l'équipement des ménages en ordinateurs, consoles de jeux et téléphones multimédias, les conditions d'accès à l'art et à la culture ont profondément évolué. » (Fleury. 2011, p.41)

Par ailleurs, l'influence de la mondialisation culturelle sur la société algérienne est sans conteste, elle se manifeste à travers le changement de mode de vie, qui devient jour après jour une copie conforme du mode de vie occidental, et ce du fait de l'enclin à regarder les biens de culture diffusés et déversés via les chaînes télévisées et aussi dernièrement avec internet, les différentes plateformes telle Youtube, Steaming, Facebook et autres qui jouent

La mondialisation culturelle et la reconfiguration des rapports à la culture en Algérie

un rôle prépondérant dans la diffusion des produits issus de l'industrie culturelle. Les interviewés ont affirmé lors de la pré-enquête, que internet constitue un portail ouvert sur le monde entier, il offre la possibilité de voyager, d'explorer de nouveaux horizons, de se réinventer de nouvelles identités, internet permet de découvrir la mode et toute autre nouveauté technologique.

Internet est un « Moyen d'échanger en permanence avec des proches éloignés dans l'espace, internet permet en même temps un accès aisé, rapide et gratuit à des informations et à des produits culturels qui intéressent particulièrement son utilisateur. La gratuité de l'accès s'entend dans un double sens puisqu'il est possible à l'internaute de s'approprier des produits culturels par ailleurs vendus sur le marché sans les payer et d'utiliser internet en échappant au contrôle social qui pèse sur de nombreuses communications en face à face, désignées en anglais par le sigle IRL (in the real life). (Leveratto et Leontsini, 2008, p.15)

Le mode de vie a changé dans la société algérienne, particulièrement chez la catégorie jeune, à commencer par l'aspect vestimentaire, les goûts culinaires, lieux d'habitation, en effet tout atteste que le mode de vie adopté par la jeune génération n'est plus conforme aux normes traditionnelles jugées par l'ancienne génération plus authentiques et conservatrices. En effet, le mode de vie des jeunes, est une reproduction du modèle européen qui s'inspire du « way of life » Américain « Les technologies de la communication et les industries culturelles ont bouleversé notre rapport à la culture. Les productions culturelles (films, livres, disques, etc.) et les modes de vie des pays les plus puissants deviennent une référence universelle, et les multinationales l'utilisent pour étendre leur pouvoir, pour promouvoir et vendre leurs productions fabriquées en masse, pour maintenir leur position dominante sur les marchés devenus planétaires. » (Rasse, 2010, p23)

Dans le plongement de cette idée, et pour montrer l'hégémonie de l'industrie culturelle Américaine sur le marché mondial, « Benjamin R. Barber pense que « Le nouvel universalisme n'est guère plus qu'un localisme américain omniprésent, doublé dans les diverses langues et financé par des coproducteurs internationaux ». Les films américains représentaient, en 1996, 80% du marché européen et 85% du total des recettes européennes. Les films européens n'ayant eu que 2% du marché américain. »(Unesco, 2009, p.27)

La culture américaine est la dominante, du fait qu'elle est vectrice de la modernité, elle s'est emparée sur le marché des biens culturels. La télévision numérique et Internet sont incontestablement derrière le bouleversement socioculturel qui se produit depuis un certain temps en Algérie, et qui continue d'avancer à une vitesse effrénée. La modernité est occidentale, mais surtout

Américaine, et tout ce qui y vient brille et attire, surtout avec les images véhiculées par le net.

Architecturalement parlant, le changement est bien notable. On est passé des constructions traditionnelles simples qui répondent au besoin de s'abriter à des constructions modernes, certes bien plus sûres en cas de calamité naturelle, mais surtout confortables et équipées aussi. Ainsi plusieurs pièces viennent agrandir l'habitation telle la cuisine intégralement équipée en électroménagers, la salle de bain, des dressings, suites parentales...

Quant aux coutumes et traditions qui étaient dans le passé le socle de l'identité collective sont peu à peu soit abandonnées ou remplacées par de nouvelles qui ne conviennent pas à tous, creusant un peu plus le fossé entre les générations (vieux et jeunes), ainsi les deux générations sont distancées par l'adoption d'internet par l'une d'elles, et l'incapacité de suivre pour l'autre. En effet plusieurs de nos interlocuteurs ont affirmé que les coutumes et les traditions perdent chaque jour qui passe un peu plus d'espace. L'ère du numérique a tout chamboulé et tend à prendre, comme un raz-de-marée, tout sur son passage. Pire encore, « Les effets induits par l'implantation des modèles européens exercent une pression constante sur la transformation des traditions culturelles, agricoles, artisanales, politiques et administratives » (Unesco, 2009, p.48).

Pour beaucoup, la culture de l'écran constitue un danger, et provoque des tensions et un conflit latent, car il existe des résistances culturelles au flux de la mondialisation transmis surtout par le net d'où ce décalage entre les mentalités et les pratiques qui vont à un rythme très évolutif quelquefois même à contre courant d'une frange plus âgée de la société algérienne. Il faut dire, que l'appropriation sociale des technologies de l'information et de la communication et particulièrement les réseaux sociaux en Algérie a engendré une nouvelle forme de sociabilité axée sur les rapports interactifs virtuels.

D'autres, pensent que, c'est plutôt une société qui cherche le juste milieu malgré les apparences, étant trop attachée à son authenticité et très ouverte sur le monde extérieur, c'est pour cela que toutes les contradictions apparaissent au sein de cette société .Tout changement qui se fait sans objectifs précis et sans repères claires donne toujours lieu à une confusion ce qui explique la situation chaotique que nous vivons aujourd'hui; chacun de nous se cherche sans pour autant savoir ce qu'il veut exactement et ou se chercher.

L'influence est profonde notamment sur les femmes ; des stratégies d'adoption de la vie moderne sont mises en œuvres afin de contourner les exigences de la culture traditionnelle.

La mondialisation culturelle et la reconfiguration des rapports à la culture en Algérie

A l'instar des autres sociétés, la société algérienne est friande des produits issus des industries culturelles, par ailleurs, cela s'explique par la qualité médiocre des biens produits à l'échelle locale ces dernières décennies laissant un vide sur le marché de la production des biens cultures, à l'exemple de la production cinématographique ; d'autre part l'incapacité des produits locaux à concurrencer avec une production étrangère qui maîtrise le domaine et qui détient les nouvelles technologies requises pour réaliser et diffuser de bons produits. Ce qui constitue un handicap majeur pour la diffusion de notre culture et même de sa préservation.

L'histoire des Algériens et les écrans remonte aux années 70, lorsque l'écran de la télévision fait éruption dans les foyers, simplement si la mono-chaine et la pauvreté des programmes ont protégé la société de l'addiction, ils l'ont privé de beaucoup de choses intéressantes aussi. On peut affirmer, que les premières addictions remontent à l'intégration des paraboles, qui offrent un accès à plusieurs chaines, poussant les familles algériennes à acquérir plusieurs téléviseurs, suivant le nombre de chambres et d'individus, ainsi débute la division de la famille algérienne, pour assouvir les goûts de chacun mettant fin aux réunions de famille autour d'un dîner où journal télévisé ou film propre apprécié de tous. Pire encore, l'arrivée d'internet va accélérer la distanciation entre les membres et infliger des dégâts irréversibles sur la famille et la société.

Il est tôt pour avancer que, parler d'addiction en Algérie commence à devenir un débat d'actualité, du fait que la sonnette d'alarme n'est pas assez tirée par les psychologues, parents et sociologues concernant l'usage abusif des écrans connectés. Rares sont ceux qui ont abordé cette question ou bien exposé cette problématique que nous considérons urgente, du fait de la diffusion massive et accélérée d'internet dans notre société, et la possession des Smartphones par la quasi totalité des adolescents.

A noter, que la situation de la société algérienne n'est pas exceptionnelle, elle est similaire à celles vécues par les autres sociétés, car aujourd'hui l'Algérie se trouve dans la phase de la fascination et vénération pour les technologies de l'information et la communication, elle croit fermement que le monde du HighTech lui assure un accès illimité sur toute sorte d'information allant du domaine professionnel au loisir. En effet, avec Internet les Algériens découvrent un autre monde sans aucune forme de frontières ni de limites véhiculé par l'écran, où l'internaute est consommateur et acteur à la fois, sur le net l'internaute est roi, libéré de toutes les contraintes imposées par le monde réel, mais aussi un « homme nu » dépourvu de toute protection, vulnérable face aux dangers qui émanent de l'usage excessif des écrans. Pas de doute, concernant l'enclin grandissant des Algériens (toutes catégories confondues)

pour la culture de l'écran, considérée la bonne voie à emprunter pour se moderniser.

Un autre phénomène en plein expansion attire notre attention, ce phénomène qui a débuté dans les années 2000, et dont le rôle prépondérant revient aux femmes. En effet, beaucoup de femmes algériennes sont devenues des consommatrices augmentées du fait de l'appropriation de cette technologie de communication d'une part, et de l'exploitation de cette dernière dans un but purement économique, il suffit de regarder sur la plateforme YouTube pour se rendre compte du nombre de chaînes dédiées à la cuisine, routines, achats et couture... un nombre qui ne cesse d'accroître au fur et à mesure que la maîtrise de l'outil technologique s'affirme et la demande augmente de la part des consommateurs. Contribuant un peu plus à la féminisation de l'internet, puisque c'est aux femmes de s'occuper éternellement des ménages en Algérie, comme le veut la tradition « De ce point de vue, la féminisation du Web, dont témoignent tant l'accroissement du nombre d'utilisateurs féminins d'Internet que l'augmentation de l'offre de produits et de services destinés non seulement aux femmes mais aussi aux ménages, constitue un meilleur indicateur de la pénétration du Web dans la vie familiale. » (Leveratto et Leontsini, 2008, p. 16)

Une telle aptitude est une caractéristique principale de la société de l'information, dans laquelle nous vivons aujourd'hui, en effet « la tendance à la production personnalisée ou à la production amateur dans les NTIC se précise, car il existe maintenant toute une série d'outils d'autoproduction (tout le monde peut devenir producteur, grâce au téléphone mobile photographique, au caméscope, au magnétophone miniature, aux blogues, aux SMS, etc.) qui sont à la portée de tous ; nous sommes à l'ère du cyber-journalisme ou, mieux, des réseaux sociaux conviviaux (le Web 2.0). S'il est possible de s'autoproduire, il l'est aussi de s'autodiffuser par le biais de sites comme YouTube Dailymotion, Flickr, Facebook, MySpace, etc., qui sont des outils de diffusion conviviaux et qui permettent de montrer les multiples productions de l'internaute ordinaire. (Lafrance, 2010, pp.21/22)

Un autre changement relié au précédent, concerne l'influence des femmes ayant des chaînes YouTube dédiées à la cuisine sur l'art culinaire algérien, ces derniers temps les vidéos postées sur cette plateforme sont la source principale pour apprendre la cuisine pour la quasi-totalité des femmes, qui elles-mêmes contribuent au changement des habitudes alimentaires en société.

6. Discussion

Nous pouvons affirmer, que pour l'Algérie, la situation actuelle montre la prééminence de la tendance technophile, en effet les algériens ont un enclin manifeste pour les nouvelles technologies, particulièrement les Smartphones connectés. Selon le président du Conseil de l'Autorité de régulation de la poste et des télécommunications (ARPT), Année 2017) L'intégration d'internet, puis le lancement du haut débit mobile 3G et 4G a permis de "démocratiser" l'internet, multipliant le nombre d'abonnés pour dépasser les 34,5 millions (données de l'ARPT pour le téléphone fixe et mobile en 2017) contre 28,5 millions en 2016, soit une augmentation de plus de 6 millions d'abonnés. 31,460 millions sont des abonnés à l'internet mobile et 3,168 millions à l'internet fixe dont 2,2 millions abonnés à l'internet haut débit filaire (ADSL).

De tels chiffres montrent l'appropriation individuelle des algériens pour les moyens technologiques de la communication, particulièrement les Smartphones. Les Algériens très présents sur les réseaux sociaux, les dernières estimations de face book, parlent de plus de 17 millions d'abonnés en 2017.

Et un tel engouement, s'explique par le passé des algériens dans leur rapport avec les médias et les moyens de communication d'une manière générale, souvent monopolisés par le gouvernement adepte du contrôle et de la censure. Ainsi, le premier point à souligner c'est l'importance que les Algériens accordent à internet en tant qu'outil efficace pour pallier la carence informationnelle imposée autrefois par les autorités, particulièrement les informations qui touchent de près les citoyens (droits, pouvoir d'achat, soins, politique...), par ailleurs, « Il existe plus de 500 télévisions satellitaires au Maghreb, Internet pénètre un peu partout en Asie. Les NTIC, singulièrement le Web participatif, ont des pouvoirs de libération de la parole citoyenne et de mobilisation contre le mensonge et l'oppression. » (Lafrance, 2010, p.20)

Et le deuxième point qui émane de nos constatations sur le terrain, qui sont alarmantes, du fait de l'échec des parents à instaurer des règles concernant l'usage des écrans et l'accès à internet d'une manière raisonnable pour les adolescents et les enfants. Il faut dire, que la plupart des parents d'enfants de certaines catégories d'âges, et ayant un certain niveau d'instruction sont eux-mêmes des addicts aux écrans, d'où leur inconscience d'une part, et de l'autre ils sont dans l'incapacité d'interdire aux enfants ce qu'ils autorisent à eux-mêmes.

Conclusion

L'influence de la culture de l'écran sur notre culture est un fait évident, car toutes les catégories d'individus sont attirées par les produits diffusés à travers les différents écrans utilisés par les consommateurs.

En effet, à l'instar des autres cultures, la culture algérienne est dynamique, elle évolue et change au gré de ce qui se produit à travers le monde, du fait, qu'elle est ouverte sur le monde via le net, ce qui peut constituer un atout ou un danger, tout dépend du choix de chacun de nous.

Par ailleurs s'alimenter d'une même source (culture de l'écran) ne signifie pas que notre culture va disparaître, car elle possède des capacités d'adaptation qui peuvent la préserver.

En somme, la reconfiguration des rapports à la culture en Algérie revient impérativement et surtout au degré de contribution de chaque consommateur ; en choisissant quoi prendre quoi laisser dans les produits mis à disposition de tous grâce au net.

Références

1. Breton, P, (2004). Le culte d'internet (une menace pour le lien social ?). Alger : éditions Casbah
2. Faillet, C, (2016). L'art de la guerre digitale (survivre et dominer à l'ère du numérique). Paris : édition Dunod
3. Fleury, L,(2011). Sociologie de la culture et des pratiques culturelles, collection Domaines et approches. Paris : édition Armand colin, 2ème édition
4. Flichy, Patrice, (2001). L'imaginaire d'internet. Paris : éditions la Découverte
5. Giddens, A, (1994). Les conséquences de la modernité. Paris : édition l'harmattan
6. Lafrance, J-P,(2010). Critique de la société d'information. Paris : Nouvelle édition: CNRS Éditions
7. Lajoie,J et Guichard, E, (2002). Odyssée Internet : enjeux sociaux. Canada : Presses de l'Université du Québec
8. Latouche, S, (2005). Occidentalisation du monde. Paris : édition la découverte
9. Lebaron, F, (2009). la sociologie de A à Z. Paris : édition Dunod
10. Leveratto , J-M, et Leontsini, M, (2008). Internet et la sociabilité littéraire. Paris : Éditions de la Bibliothèque publique d'information
11. Lipovetsky, G et Serroy, J, (2008). La culture-monde (réponse à une société désorientée). Paris : édition Odile Jacob

La mondialisation culturelle et la reconfiguration des rapports à la culture en Algérie

12. Rasse, P, (2010). la mondialisation de la communication. Paris : édition CNRS
13. Sauquet, M, (2004). L'idiote du village Mondial (les citoyens de la planète face à l'explosion des outils de communication : subir ou maîtriser).
14. Tardif, J, (2008). mondialisation et culture, un nouvel écosystème symbolique
15. Tardif, J et Farchy, J, (2006). Les enjeux de la mondialisation culturelle. Paris : Éd. Hors Commerce
16. Unesco, (2009). Diversité et interculturalité en Algérie
17. Warnier J-P, (2007). la mondialisation de la culture. Paris : édition la découverte