

La mobilisation sociale à l'ère des réseaux
sociaux.
Cas du Maroc

Professeur, Abderrahmane AMSIDDER Université Ibn
Zohr Agadir, LARLANCO, Maroc
amsidder@univ-ibnzohr.ac.ma

Maître de Conférences, Fathallah DAGHMI, Migrinter
(UMR 6588), Université de Poitiers, France
fathallah.daghmi@univ-poitiers.fr

Professeur Habilité, Farid TOUMI, Université Ibn Zohr
Agadir, LARLANCO, Maroc
ftoumi@yahoo.fr

Résumé : Nous interrogerons le principe de mobilisation par les NTIC au travers de l'analyse des pratiques et usages de ces dernières par les Marocains fortement mobilisés après le « Printemps Arabe ».

Mots-clés: pratiques, usages, NTIC, Maroc

The social mobilization by social networks

Abstract: We will question the principle of mobilization by the ICT by analyzing the practices and uses of by the young Moroccans strongly mobilized after the Arab spring.

Keywords: practices, uses, ICT, Morocco

L'évolution des dernières années nous pousse à nous interroger sur l'incidence du web 2.0 mue du virtuel au réel avec d'abord des phénomènes de mobilisation dits « Happenings » en Europe, notamment en France avec des incidents graves en termes de sécurité. En Iran, les mouvements post-élections en 2009 ont été amplifiés grâce notamment à Twitter. Le point d'orgue de ces mobilisations étant le « printemps arabe », théâtre de soulèvements populaires sans précédent contre des régimes « gérontocratiques » (Kepel, 2011). De nouveaux acteurs usant du numérique ont fait irruption dans le paysage public arabe, y compris le Maroc. Ces révolutions et mouvements de contestation ont plusieurs points communs dont la technologie numérique comme palliatif à la censure étatique (Ferjani, Mekki, 2011).

La « révolution du jasmin » et le « printemps arabe » aboutissent à la chute des présidents Ben Ali en Tunisie et de Moubarak en Egypte, du colonel Kadafi en Lybie et le départ du président Saleh au Yémen. Dans le sillage de ces révolutions, de nombreux pays ont été « secoués » par de sérieux mouvements de grognes populaires. Le Maroc en faisait partie, et ce malgré un processus de réformes politiques et sociales engagées dès la fin des années 90. Au Maroc, le mouvement du « 20 février » 2011 dont les membres n'affichaient aucune étiquette politique, syndicale ni même associative était sous estimé au départ par les autorités et qualifié d'appartenance à la mouvance islamiste de Cheick Abdessalam Yassine¹. Mais face au renforcement du mouvement avec des revendications claires et compte tenu de la tournure qu'ont prise les soulèvements en Egypte et en Lybie, les autorités changent vite leur fusil d'épaule (Mohsen-finan, 2011). A l'initiative du roi Mohammed VI, une réforme constitutionnelle est lancée puis soumise à un référendum suivi des élections législatives fin novembre 2011 dont les résultats sont favorables au parti

¹ Abdessalam Yassine est le leader fondateur du mouvement *Al Adl Wal Ihsane* (Justice et bienfaisance), se réclamant d'un islam fondamentaliste. Il était l'un des grands opposants au régime de Hassan II. Son influence et sa popularité sont moindres depuis l'ascension au pouvoir de Mohammed VI.

« Justice et développement » (PJD). Dans la foulée, 3 406 emplois ont été créés et 25 000 sont annoncés au titre de l'année 2012.

Ce « printemps arabe », ou ce que certains intellectuels ont convenu désormais d'appeler les révolutions 2.0 (Huyghe, 2011) ou encore « la révolution Facebook » (El Oifi, 2011), a mis en exergue le rôle joué par les réseaux sociaux aussi bien en termes d'échanges qu'en termes de coordination des actions communes. En effet, de nouveaux acteurs usant du numérique ont fait irruption dans le paysage arabe prenant de court bon nombre de régimes.

Ces nouveaux bouleversements politiques et sociaux en cours dans le monde arabe y compris le Maroc dont un des moteurs est *a priori* la technologie numérique sont de nature à bousculer notre perception du rôle des nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) dans le processus du changement et de mobilisation sociale et politique.

C'est d'abord dans un contexte de bouleversements sociopolitiques mais également de fractures numériques entre le Nord et le Sud (24% de taux de pénétration du haut débit en Tunisie contre 12% pour le Maroc et seulement 7.4% pour l'Égypte) et entre l'urbain et le rural (3036 localités dites « blanches » c'est-à-dire non desservies par aucun moyen de télécommunication dans la seule région du Souss Massa Draa au Maroc) que nous interrogerons le principe de changement et de mobilisation par les TIC à partir d'une analyse des pratiques et usages² de ces dernières par les jeunes marocains fortement mobilisés après les révolutions Tunisienne et Égyptienne. Ainsi, comme l'affirme O. Laraki, directeur de la géolocalisation et de la recherche sur Twitter, lors des événements en Tunisie et en Égypte, Twitter a enregistré une hausse exceptionnelle du trafic depuis les pays d'Afrique du Nord (Antheaume, 2011).

Peut-on voir en ces TIC un vecteur de mobilisation sociale et politique au Maroc ? S'agit-il réellement de cybers mobilisations insufflées et imposées par les réseaux sociaux ? Nous considérons dans la présente contribution les TIC comme des vecteurs de mobilisation participant de manière active dans les processus de changements.

² Nous nous inscrivons dans le sillage des propositions de Francis Jauréguiberry et Serge Proulx dont les travaux sur les usages des TIC comme expérience définissent trois logiques d'action. La première est une logique d'intégration et de reconnaissance dans un système d'appartenance réticulaire et technologique, un système désormais mondial. La seconde renvoie vers une logique utilitaire, de gain et de puissance dans un système de concurrence. La dernière révèle une logique de prise de distance et d'autonomie dans un système d'individualisation et de subjectivation (Jauréguiberry, Proulx, 2011, 106). Nous rappelons également que les usages sont intimement liés aux représentations sociales de l'utilisateur et de ses usages. Nos travaux montrent que si l'insertion sociale d'internet est liée aux significations d'usage construites et projetées par l'utilisateur (Mallein, Toussaint, 1994, 318) elle dépend également à ses représentations socioculturelles.

Les tentatives de réponse à l'ensemble de nos interrogations s'appuient sur une enquête quantitative menée auprès d'un échantillon de 500 personnes résidant dans la commune urbaine d'Agadir au sud du Maroc. Le choix de cette ville est motivé par l'activisme du mouvement du 20 février 2011 à Agadir comme dans bon nombre de pôles urbains au Maroc.

Nous nous sommes intéressés dans un premier temps aux pratiques et usages des TIC (en particulier les réseaux sociaux) par les jeunes marocains, puis dans un second temps, nous avons analysé les facteurs de mobilisation sociale et politique et l'éventuel déplacement paradigmatique de l'information dans un contexte marqué par des fractures numériques et des disparités entre urbain/rural en termes d'accès et de service universel aux télécommunications.

1. L'internet au Maroc

Dans le cadre de cette enquête³, nous avons constitué deux échantillons. Le premier est composé de 127 personnes que nous pourrions qualifier d'échantillon de convenance car il a concerné exclusivement les jeunes étudiants de l'université Ibn Zohr d'Agadir⁴. Cette première enquête, en boule de neige, a été menée fin Mai 2011 dans le sillage des événements du « printemps arabe » et de la mobilisation du mouvement du 20 février 2011 au Maroc.

La seconde enquête menée en janvier 2012 a porté, quant à elle, sur un échantillon de 500 personnes vivant dans la commune urbaine d'Agadir qui compte, selon le dernier recensement général de 2004, 300 000 habitants⁵. Ainsi la composition de notre échantillon est comme suit :

³ Enquêtes réalisées dans le cadre des travaux du projet « Volubilis » (MA/12/285) et avec la participation des étudiants de Master Communication des organisations dans le cadre du cours « Méthodologie de recherche ».

⁴ Les objectifs principaux de cette enquête étaient de vérifier la compréhension des questions, l'organisation même du questionnaire en vue d'éventuelles rectifications et dégager une tendance générale quant à la pratique et usage des réseaux sociaux par les étudiants.

⁵ L'enquête a touché les districts suivants : Agadir, Bensergao, Tikiouine et Anza. La méthode d'échantillonnage choisie est la méthode aléatoire.

Tableau 1. *Composition de l'échantillon*

Taille	500
Structure de l'échantillon en pourcentage	
Sexe	
Hommes	73%
Femmes	27%
Age	
18-24	43%
25-34	20%
35-49	27%
50-64	5%
65 et +	1%
Non réponse	4%
Catégorie socioprofessionnelle	
Cadre supérieur	11%
Profession libérale	26%
Salarié du privé	15%
Fonctionnaire	18%
Etudiant	26%
Non réponse	4%

1.1. *Une large appropriation du numérique ?*

Sur un plan technique, la généralisation de l'accès à internet repose essentiellement sur les infrastructures en télécommunication dont dispose un pays. Or le nombre limité de lignes téléphoniques fixes freine le déploiement de l'accès internet large bande via des lignes ADSL et limite cet accès aux seules zones urbaines. Ainsi, en 2010, le Maroc compte seulement 500 491 abonnés à internet sur une population de plus de 33 000 000 d'habitants enregistrant un taux de pénétration de 1.57%. A titre de comparaison, la Tunisie enregistre elle un taux de pénétration de 5.18% (UIT, 2009). Il faut néanmoins nuancer ce constat en rappelant une autre réalité « locale » liée au type d'accès à internet. Les usagers des structures mutualisées tels que les cybercafés et les cyberespaces permettent un accès universel à internet plus large au Maroc.

Le nombre d'internaute marocains en termes d'abonnement à un opérateur d'internet reste faible au vu des statistiques précitées. Or, la migration vers le numérique des habitants d'Agadir (les Gadiris) s'est sensiblement enracinée dans le paysage médiatique de la ville comme le révèlent les résultats de l'enquête. En effet, 80% des personnes interrogées possèdent un ordinateur et se connectent à internet quotidiennement à domicile contre 20% des répondants qui se connectent depuis les

cybercafés et les cyberspaces. Ces premiers résultats engendrent deux remarques. Premièrement les Gadiris, vraisemblablement au même titre que les autres marocains, se sont appropriés cette technologie. Deuxièmement la « fracture numérique » persiste entre le milieu rural et urbain. Ainsi, face un nombre grandissant d'usagers du numérique en ville, il existe des pans entiers de la population de la même région qui n'ont aucun accès aux télécommunications en général. La région du Souss-Massa-Daraa est la plus touchée par ces inégalités car nous en comptons 3 036 localités dites « blanches ».

1.2. *Des usages diversifiés*

A la lecture des résultats de notre enquête, nous constatons que l'usage qui totalise le plus d'occurrences est la recherche des actualités. En effet, plus de 75% de l'échantillon interrogé déclarent utiliser le web en vue de chercher une information. Tout d'abord, les besoins en informations correspondent à la recherche des informations de l'actualité régionales et nationales. Nous pouvons à ce propos rappeler la création de nombreux journaux en ligne dédiés à l'actualité dont l'exemple le plus frappant est *Hespress*, premier journal en ligne du Maroc en termes de fréquentation (Daghmi, Pulvar, Toumi, 2012).

Cette même tendance de recherche des informations d'actualité sur le web domine dans la majorité des pays arabes (Ghannam, 2011). Par exemple en Egypte, selon un responsable marketing de Google, la recherche des informations d'actualité est la plus fréquente sur ce moteur de recherche suivi de recherche d'images, musique et les clips audio et vidéo en langue arabe. Ainsi, l'équivalent de 24 heures de vidéo est téléchargé chaque minute dans le monde arabe (Ghannam, 2011). Par ailleurs, la lecture de la presse écrite se trouve affectée par ce nouveau mode de consommation de *l'information obligeant les journaux à éditer en ligne notamment en Egypte et en Jordanie. Cette tendance est cependant absente des pratiques au Maroc dont l'activité de la presse écrite hors ligne est prépondérante avec des habitudes d'achat aux kiosques* (Daghmi, Pulvar, Toumi, 2010).

En termes de communication, la consultation et l'envoi des courriels (e-mails) viennent en tête des usages avec 75% des occurrences suivies de près par les activités de loisirs avec plus de 50% des réponses. Les activités de téléchargement en sont l'illustration même. Ainsi, le téléchargement de films, de musiques et de documents divers plus de 87% de notre échantillon y recourt. L'usage d'internet quant à des fins professionnelles ou encore administratives reste très marginal.

Ces usages de la population marocaine ne sont guère différents de ceux constatés par exemple en France. Ainsi, 54% des Français utilisent internet au moins une fois par mois dont les 2/3 se connectent quotidiennement en moyenne deux heures par semaine (Donnat, 2009). La recherche des informations d'actualité et de loisirs (films et musique) viennent en tête des pratiques.

2. Des usages des réseaux sociaux et de la mobilisation sociale

Le rôle joué par les TIC et notamment les réseaux sociaux dans les révolutions en Tunisie et en Egypte a montré non seulement l'évolution des usages dans cette région du monde en dépit d'une « fracture numérique » visible mais également la transformation de l'ordre social et politique entre autres par l'usage des moyens de communication d'un nouveau genre. Ces usages se révèlent radicalement différents comparés à ceux des générations précédentes : la presse, la radio et la télévision. L'arrivée des réseaux sociaux et leur développement ont contribué à l'émergence de nouvelles pratiques et à l'adoption de nouveaux modes de communication dits « sociotechniques ». En effet, le web 2.0 a investi d'une manière fulgurante la toile en la transformant en un espace public de « socialisation virtuelle » (Richard, 2010). Nous voyons fleurir ici et là des forums, des blogs et des groupes de discussion débattant des sujets divers et variés.

2.1. *Vers une « nouvelle sociabilité » ?*

Le nombre de Marocains disposant d'un compte sur le réseau social Facebook est passé de 1.8 millions de personnes en 2010 (6% de la population) à un peu plus de 3 millions en 2011. Certes, le Maroc occupe dans ce sens la 38^{ème} position au niveau mondial mais la proportion de la population reste faible comparée aux pays du Nord tels que les Etats-Unis (41%) et le Canada (45%). Cet engouement fulgurant des utilisateurs de Facebook entre 2010 et 2011 nous poussent à nous interroger sur l'influence des événements du « printemps arabe » en 2011 sur la fréquentation des sites de réseautage (Antheaume, 2011).

La fréquentation des réseaux sociaux se fraye une place privilégiée auprès des internautes Gadiris avec 76% des réponses positive même si elle est devancée par les activités de recherche des informations de l'actualité, par le téléchargement et la consultation de messagerie. Facebook est le média social par excellence avec plus de 73% d'utilisateurs. L'usage que fait la population de Facebook est intense car près de 72% des utilisateurs sont séduits par cette plateforme. En effet, 39% d'entre eux y participent une fois par jour et 33% déclarent y être actifs plus d'une fois par jour.

La culture et l'usage des micros blogs restent cependant très marginaux. A peine 27% des utilisateurs recourent à ce type de plateforme notamment Twitter pour s'exprimer. Cette tendance générale qui souligne la domination de Facebook, nous pousse à souligner que durant les soulèvements dans divers pays arabes Facebook était la plateforme principale d'échanges tandis que Twitter a été utilisé d'une manière marginale pour lancer des alertes notamment à l'extérieur du pays (Bénilde, 2011).

L'usage important des TIC en général et des réseaux sociaux en particulier ouvre la voie à de nombreuses critiques entre autres le déclin de la sociabilité (Putnam, 2000). Sur la base des données recueillies à l'issue de notre enquête, notre point de

vue converge plus avec cette notion de substitution entre une sociabilité de face à face et une sociabilité à distance (Flichy, 2005) ou encore avec le concept de « nouvelle sociabilité » (Casilli, 2010). En effet, la fréquentation des réseaux sociaux restent, pour l'essentiel, fidèle aux concepts initiaux des sites de réseautage notamment de Facebook. Il s'agit d'une « boîte à outils sociale » qui sert à la fois à titre personnel pour se divertir, faire des rencontres, trouver des bons plans, etc.

Dans ce sens, la fréquentation par les Marocains du web 2.0 obéit à de nombreux critères qui vont dans le tendent à accroître leur « sociabilité ». Ainsi, le rétablissement du contact avec ses anciens amis (47%) reste essentiel. A cet égard, une étude américaine a souligné que l'utilisation la plus populaire de Facebook aux Etats-Unis en 2007 était « d'en savoir plus sur la vie des personnes déjà connues » (Ellisson, Steinfield, Lampe, 2007). Aussi, le Marocain cherche à partager ses passions avec des contenus divers et variés (36%).

D'ailleurs le contenu des données mises en ligne confirme cette tendance de « nouvelle sociabilité » car près de 74% des contenus échangés sont des photos personnelles, des avis et opinions sur divers sujets de société. Les échanges professionnels occupent seulement 37% des données partagées.

2.2. *La e-révolution comme épiphénomène*

Dans les faits, près de 78% des personnes interrogées estiment que le web 2.0 a des vertus mobilisatrices, 41% seulement déclarent avoir consulté l'appel à manifester du mouvement de 20 février et 76% n'ont pas pris part aux manifestations du même mouvement suite à son appel. Cette tendance de non participation à des événements quelles que soient leurs natures se confirme avec plus de 60% de réponses négatives. Les usages des réseaux sociaux laissent donc supposer que les internautes marocains sont plus spectateurs qu'acteurs s'agissant de la mobilisation par le mouvement du 20 février 2011.

Les 40% restant ont effectivement répondu positivement à des appels sur Facebook qui concernent des thèmes variés touchant des événements socioculturel, religieux et sportif. Ce résultat corrobore l'usage des réseaux sociaux comme moyen de divertissement et de rencontre plutôt qu'un outil au service d'une e-contestation. Cette désaffection du politique par le numérique se confirme avec les élections législatives organisées dans le sillage du mouvement de grogne des jeunes de 20 février 2011. En effet, l'intérêt des Marocains pour la campagne électorale était très intense car près de 74% déclarent l'avoir suivie. Mais ce sont les médias classiques qui ont pris le dessus sur le web 2.0 car près de 50% des personnes interrogées confirment avoir suivi la campagne à la télévision, la radio et la presse écrite. Cette tendance n'est pas sans rappeler les pratiques de communication politique au Maroc. En réalité, nous constatons une désaffection des politiques marocains quant à l'usage du web 2.0 comme outils de mobilisation des foules. Rares sont ceux qui disposent d'un blog ou qui sont présents sur la toile. Ces résultats nous poussent à relativiser le

rôle des réseaux sociaux dans la mobilisation des masses pour manifester ou se regrouper en tout cas au Maroc. Comment peut-on expliquer ce phénomène?

Les résultats concernant le suivi de la campagne législative 2011 sont révélateurs à plus d'un titre car malgré un contexte défavorable en termes de liberté d'expression, les Marocains ont suivi la campagne des législatives par l'intermédiaire des médias classiques plutôt que sur les réseaux sociaux. La compréhension du contexte médiatique au Maroc devient dès lors indispensable car elle apporte plus d'éléments de réponse à nos interrogations.

Au Maroc, les grands médias demeurent globalement sous influence étatique. A cet égard, le Royaume est classé par Reporter sans frontières 138^{ème} sur une liste de 173 pays. Cette tendance se confirme dans la majorité des pays arabes si l'on croit le rapport du programme des Nations Unies pour le développement « Arab Knowledge report de 2009 » qui affirme qu'à l'exception des chaînes reçues par satellite et des blogs, qui ont fourni une soupape à la liberté d'expression, les perspectives demeurent sombres en la matière dans les pays arabes.

En effet, contrairement à une « fracture numérique » visible entre l'urbain et le rural, le taux d'équipement des ménages marocains en antennes paraboliques (satellitaires) et en téléviseurs est supérieur à 90% leur permettant de recevoir les programmes et notamment transnationaux. Ensuite, les programmes les plus regardés sont de loin les informations d'actualité qui regroupent une majorité de Marocains (Daghmi, Pulvar, Toumi, 2010). Al Jazeera arrive en tête des chaînes de télévision les plus regardées au Maroc, suivie de près par la deuxième chaîne nationale marocaine 2M et de MBC2 (chaîne du Moyen-Orient)⁶. Au moins deux éléments préalables sont à prendre en compte pour appréhender cette forte audience télévisée. La pénétration d'Al Jazeera dans le paysage audiovisuel marocain s'explique par plusieurs raisons. Son positionnement sur le segment information avec une proximité linguistico-culturelle prononcée traitant de l'information d'un point de vue « endogène » (Lamloum, 2007) c'est-à-dire arabe ou musulman, évitant la censure et la rétention de l'information (caractéristiques principales des médias arabes), a séduit la majorité des téléspectateurs marocains.

En ce qui concerne la presse écrite, il convient de noter ici que la presse officielle sous le protectorat et sous le Roi Hassan II ainsi que la presse des partis politiques régnèrent en maîtres jusqu'à la fin des années 90. Cette hégémonie du pouvoir à la fois colonial et royal sur l'information a eu pour corollaire le développement d'autres formes d'expressions : la clandestinité, les prêches au sein

⁶ Historiquement, les médias présents au Maroc étaient sous contrôle étatique ou proche du pouvoir. Les Marocains, à l'image des autres peuples arabes, ont appris donc à se méfier des contenus de ces médias et plus particulièrement des informations d'actualité régionale et nationale qu'elles proposent. Cette représentation socioculturelle a favorisé un autre usage des premières chaînes de télévision transnationales et surtout non étatiques.

des mosquées et le développement d'une presse partisane. Cette dernière a pris le relais d'une information crédible face à des médias audiovisuels complètement verrouillés par le pouvoir.

Ce n'est qu'à la fin des années 90 que le secteur de la presse est ouvert par le roi Hassan II en vue d'une transition politique. Les quotidiens arabophones sont les premiers à donner un nouveau ton dans les choix des sujets ce qui séduit l'écrasante majorité du lectorat marocain. C'est le cas notamment de *Al Massae*, *Assabah* et *Al Ahdat Al Maghribia* qui arrivent en tête des journaux en terme de lectorat. La dénonciation à longueur de colonnes de la corruption, des affaires d'Etat et de société jusque là tabous semblent réussir à cette presse.

2.3. Télévisions transnationales versus réseaux sociaux ?

L'ensemble des éléments/contextes analysés laissent penser que les réseaux sociaux ont joué un rôle infime dans la mobilisation/changement au Maroc pour le mouvement du 20 février vu les taux de pénétration important de la télévision dans les foyers marocains et surtout avec la présence des antennes paraboliques pour capter les chaînes du Moyen-Orient particulièrement Al Jazeera qui a certainement joué un rôle de relai et d'amplificateur des événements d'abord en Tunisie, en Egypte puis en Lybie. Par ailleurs, le point commun entre la Tunisie, l'Egypte et le Maroc, c'est le fort taux de pénétration des antennes paraboliques (93%) pour les deux premiers pays et 90% pour le Maroc et un faible taux de pénétration du haut débit.

De ce fait, l'hypothèse selon laquelle les réseaux sociaux sont des vecteurs de changement/mobilisation se trouve fragilisée. Le rôle des médias classiques est d'ailleurs reconnu aussi bien par les meneurs de la révolution de Tunisie que par ces intellectuels qui affirment que Al Jazeera s'est imposée comme le média libre du pays au détriment des chaînes nationales et des autres télévisions étrangères et c'est cette combinaison entre les nouveaux médias, les télévision transnationales qui a favorisé les soulèvements populaires. Les médias classiques en particulier Al Jazeera ont certainement participé depuis les années 90 à une modification en profondeur du paysage de l'information et à une refonte de l'opinion publique arabe. Sans oublier le rôle joué par d'autres facteurs tels que la frustration, le chômage ou encore le désir de liberté. Au-delà des TIC, l'influence des médias transnationaux et plus particulièrement les télévisions transnationales apparues au milieu des années 1990 sur les pratiques des publics est à prendre sérieusement en compte. Or elle est de plus en plus réduite au profit des réseaux sociaux et autres techniques nouvelles de communication. Que seraient les photos et vidéos circulant sur internet sans la médiatisation des chaînes de télévision transnationales arabes ? La mise en avant du rôle d'Internet dans l'alimentation de la protestation politique tend, de façon récurrente, à occulter celui des médias audiovisuels transnationaux. C'est oublier qu'ils forment ensemble, avec d'autres sources, un tout communicationnel complexe.

Références

- Cardon, D., & Granjon F. (2010). *Médiactivistes*. Paris : Presses de Sciences Po, « Contester ».
- Casilli, A. (2010). *Les liaisons numériques : vers une nouvelle sociabilité*. Paris : Seuil.
- Daghmi, F., Pulvar, O., & Toumi, F. (2010). « La réception au Maroc : pratiques des publics marocains. Au cœur et aux lisières des SIC, *Actes du XVIIème Congrès de la SFSIC*, Dijon.
- Donnat, O. (2009). *Les pratiques culturelles des français à l'ère numérique : enquête 2008*. Paris : la Découverte.
- Ellison, N., Steinfield, C., & Lampe C. (2007). *The benefits of facebook "friends": exploring the relationship between college students' use of online social networks and social capital*. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12, 1143-1168.
- Ghannam, J. (2011). "Social Media in the Arab World: Leading up to the Uprisings of 2011", *Report of the Center for International Media Assistance*, 1-44.
- Kepel, G. (2011). « Où vont les révolutions arabes ? », *le nouvel observateur*, n°2417, 40-43.
- Lamloum, O. (2007). « De la « nocivité » des chaînes satellitaires arabes », *Médias, migrations et cultures transnationales*, Sous la direction de Tristan Mattelart, Bruxelles, De Boeck », 122-133.
- Mattelart, T., & Ferjani R. (2011). « Monde arabe : les révolutions 2.0 n'ont pas eu lieu », *Médias*, n°30, Automne 2011.
- Putnam, R.D. (2000). *Bowling Alone. The collapse and revival of American Community*. New York: Simon & Schuster.

<http://hespress.com/>

