



HAL
open science

Nouveaux terminaux et nouveaux usages de l'internet mobile en Algérie

Ali Khardouche

► **To cite this version:**

Ali Khardouche. Nouveaux terminaux et nouveaux usages de l'internet mobile en Algérie. 2013. hal-00826112

HAL Id: hal-00826112

<https://hal.science/hal-00826112v1>

Preprint submitted on 26 May 2013

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

NOUVEAUX TERMINAUX ET NOUVEAUX USAGES DE L INTERNET MOBILE EN ALGERIE

INTRODUCTION

Notre proposition de communication concerne la formation de nouveaux usages des réseaux sociaux (en priorité Facebook et MSN) en situation de mobilité en Algérie. De nouveaux artefacts techniques de communication sont proposés depuis 2003 (internet sur le mobile et clé USB internet de type 3G) dans ce pays et bouleverse les usages sociaux. Lorsque l'on sait toute l'importance des terminaux mobiles « *devices* » pour les acteurs majeurs du web tels que Google ou Facebook, on ne peut s'empêcher de les lier au concept d'objet valise (Flichy, 1997) et d'objet frontière. Cette recherche est passionnante parce qu'elle étudie un objet qui se met en place actuellement sur l'informatique ubiquitaire en Algérie mais elle permet de comparer les velléités industrielles et donc économiques des opérateurs de téléphonie mobile, plus particulièrement Nedjma et les pratiques des utilisateurs réelles ou voulues, et la recherche du coût moindre voir gratuit d'accès au produit culturel.

Ce phénomène n'est pas nouveau ; ce qui est nouveau par contre est le processus de commercialisation, cadré mais libre et hybride ainsi que les usages ciblés pour les internautes algériens en situation de mobilité. Nous allons étudier ce phénomène, certes modeste et restreint d'un pays du tiers monde mais représentatif à la lumière de la recherche en sociologie sur la téléphonie mobile et par rapport à une étude effectuée tout récemment en Algérie.

FONCTIONNALISME ET INDIVIDUALISME

Nous avons déjà étudiés l'usage des SMS en Algérie en 2009 (Khardouche, 2010) et 2010 qui aurait pu mais cela n'a pas été le cas (du moins pas de manière importante) être un formidable outil de mobilisation sociale (Zlitni, Lienard, 2011) ou porter efficacement une contestation politique (Zouari, 2011) même si ces premiers auteurs montrent dans leur article l'appétence de la population pour l'usage de Facebook comme outil de communication

Notre axe théorique se fixe sur la sociologie des usages de la mobilité sans négliger l'économie des biens culturels en situation de mobilité. Nous pensons à Ury (2010) au Royaume Uni mais également et surtout Jauréguiberry en France au-delà de l'existence de Cross Média pouvant, effectivement utiliser plusieurs dispositifs techniques (Internet, SMS, Télévision) pour leur construit stratégique et orientations idéologiques (Hardy, 2010, p.95-97). L'axiome de recherche de Ury est intéressant mais intègre la mobilité comme écologie des relations sociales Jauréguiberry nous propose une analyse fonctionnaliste intéressante quant aux différentes pratiques des usages de la téléphonie mobile. C'est dans ce sens que nous inscrivons nos travaux d'investigation sur les nouvelles communications mobiles liées à la clé 3G en Algérie depuis 2012¹

¹ Elle se base sur une recherche terrain (décembre 2012 et décembre 2013) dans deux villes algériennes moyennes par entretiens semi-directifs (20) axées sur les pratiques récurrentes axées sur l'utilisation d'internet en situation de fixité puis de mobilité pour l'utilisation d'outils de réseaux sociaux (face book pour ce cas) et la messagerie instantanée. Nous avons interrogé en Algérie aussi bien des algériens nationaux (résidents dans le pays) que des algériens émigrés (habitants en France) par des entretiens semi directifs et nous avons utilisé un questionnaire d'une page composé de 10 questions : 3 sur l'identification de l'interrogé(e), 4 pour ses habitudes de surf en fixité et mobilité et 3 sur ce qu'il aimerait trouver dans le cadre d'une connexion avec une clé 3G. L'enquête a eu lieu fin décembre 2012.

Nous souhaitons aussi mieux comprendre la solidification du cadre de référence socio technique (de la téléphonie mobile en Algérie qui devient un objet valise (Flichy, 1997)) liant un cadre de fonctionnement demandant des apports en terme de savoir faire nouveaux mais également une posture du seul opérateur proposant la clé 3G en décembre 2012 et un cadre d'usage. Une question théorique se pose à ce niveau, celle de l'aspect critique des usages de la dimension programmatique des usages (George, 2013) ; rapportée à notre problématique, la téléphonie mobile va-t-elle suivre la même direction pour l'internet mobile via la clé 3g que celle connue en France ? Nous avons tout à fait conscience que cette question replace le curseur de la recherche sur le temps long (Vidal, 2012) parce dans une démarche dialectique étudiant le processus d'individualisation (l'on ne va plus dans un cyber mais l'on se connecte seul et chez soit), il y a un phénomène de sédimentation de l'usage. Cela provoque ainsi par ce facteur d'émancipation et d'aliénation : un hyper individualisme (George, 2012). Trouve t on pour autant ce même type d'individuation en Algérie ? Nous allons tenter d'apporter des éléments de réponse tout au long de cet article notamment par le biais de la caractérisation de l'offre et des usages.

HYBRIDATION OFFRE ET USAGES

Ces nouvelles pratiques de l'internet en mobilité sont intéressantes à plus d'un titre : aussi bien sur l'offre et sa perception que pour les usages nouveaux qui se développent. En effet, elles sont motivées par une double hybridation : une hybridation de l'offre composée d'obligation contractuelle (le client doit charger sa clé 3G de 100 dinars au moins 36 fois dans l'année) et relative liberté d'usage cadrée (et donc prescrit : le surf est libre sur une journée à concurrence de 50 mégas de connections).

Figure 1 : Annonce pour la promotion de fin d'année de la clé 3g du pack N ternet de l'opérateur algérien (d'origine qatarie) Nedjma



(Site forumdz.com)

Nous constatons une double hybridation de l'offre et des usages en terme d obligation et de droits de l'offre et des usagers. Elle peut être due, non seulement à une offre convergente nouvelle et originale mais également à la nature même des usagers, pluri-linguistes, situés sur deux aires géographiques différentes (Europe-Afrique du Nord) et pouvant (c'est encore une supposition, la recherche n'est pas terminée) avoir des rapports identitaires différents.

Figure 2 - double hybridation : offre et usages de la clé 3G en Algérie

	OFFRE	USAGE
OBLIGATIONS	36 connexions – 100 DA	50 mégas ou ACCES MSN et/ou FACEBOOK sur un jour

		Aucun détournement possible sur les accès MSN et Facebook
DROITS	Restriction	Liberté de communication, chat sur Facebook
REMARQUES	S assurer d'une rentabilité minimum et incertitude limitée	Droit d'accès d'un club privé et liberté total de communication sans restriction pour les photos

Comment pouvons-nous interpréter ces innovations marquantes du marché algérien de l'internet en situation de mobilité ? D'une part le système pluri technique fait apparaître des similitudes entre l'internet fixe et l'internet mobile et d'autres parts cette interprétation permet un cadrage des pratiques et surtout une remise en cause de la liberté de surf.

CRITIQUE DE L'INTERNET EN SITUATION DE MOBILITE

Tout d'abord, le fait qu'un internaute utilisant la clé pour se connecter sur facebook ou MSN diffuse sans aucune restriction fichiers, photos est devenu en droit. Il faut remonter à la source d'internet pour le comprendre. Nous savons que l'Internet est un produit liant le texte, l'image et le son. Les techniques utilisées sont relativement différentes et correspondent au multimédia. L'archivage, aux origines de l'Internet, dans les années 50, est effectué grâce à la **technique du microfilm** et de la **photographie**. A ce niveau, nous retrouvons le concept de multimédia (Miège, 1994). Un concept associant l'écrit, le son et l'image. L'objectif de Nedjma (l'opérateur algérien commercialisant cette clé 3 G est de faire adhérer l'utilisateur à un service simple (qui serait issu du produit) et fortement connoté multimédia. L'adhésion semble être un élément primordial pour faire partie d'un club (Khardouche, 2006). Ainsi, la logique d'usage est importante et ce ne sont pas les prescriptions d'usage des opérateurs ou des industriels qui peuvent les mettre en place. Tout au plus, les orienter vers le bon usage de l'offre de service. Une certaine autonomie des usages est nécessaire pour leur sédimentation.. L'univers de la mobilité (via Smartphone ou clé 3g), permettant de surfer sur Internet, intègre dans son vocabulaire la notion de bureau mobile concept de bureau dématérialisé sur l'écran d'un ordinateur qui correspond, dans une certaine mesure, à la notion d'artefact cognitif développé par Erwin Goffman proche du concept de Loggia utilisé par Cicéron (Perriault, 1989) et qui est devenu un sujet de recherche en cognition. En fait, l'originalité, en plus de ces points soulevés précédemment, est que l'utilisateur est capable de créer son propre système de références en établissant des liens avec plusieurs documents en apportant des commentaires personnels ce qui permet une éventuelle autonomie à la pratique de l'utilisateur. Or, les systèmes sont verrouillés par les opérateurs de télécommunications. Notons par le blocage de certains DNS ou bien certains logiciels. Nous retrouvons ici un exemple typique de la dichotomie entre les prescriptions d'usage et les usages réels.

Enfin, les usages algériens sont intéressés par d'autres types d'usages selon les premiers résultats de notre enquête

Figure 3 Pour quels usages souhaiteriez vous utiliser votre clé 3 G

Réponses	Nombre de réponses	Pourcentages
Mail	20	100
Surf – recherche	15	75

Facebook	10	50
Twitter	7	35
MSN	5	25
Autre notamment Skye	4	20

Le tableau 3 est en phase avec un certain idéal bourgeois de l'internet dont le partage de l'information via l'Internet en situation de mobilité compète toute l'importance de l'internet comme système pluri technique, ouvert et gratuit permettant l'interaction via les réseaux. Les utilisateurs se cantonnent pour l'instant aux usages simples. Cependant, vont-ils se cantonner à ces usages ou recherchent ils autre chose ? Nous verrons par le biais d'autres résultats qu'en fait les usages recherchés par ces nouveaux utilisateurs sont ainsi très éloignés des usages prescrits.

DICHOTOMIE ENTRE SYSTEME OUVERT ET LIMITATION DES USAGERS

L'audience de l'Internet est élargie par ce type de mobilité. C'est indéniable. Les connexions sont multipliées. Nedjma prévoit des ventes record pour sa clé 3G lancée seulement en janvier 2012. Cet élargissement est du au glissement du domaine réservé au domaine privé et du passage du domaine public au domaine privé. Le concept de « public plus large » peut être, dans une certaine mesure, rattaché à la problématique de l'extension de l'espace public sans lequel les réseaux aussi bien de radiomessagerie, de l'Internet ou bien plus globalement des radiocommunications et de la télématique n'auraient pu être développés par des firmes publiques ou privées. Cela préfigure ainsi l'ouverture du champ politique et donc les prémices du printemps arabe (Zouari, 2011)

Cadrement des usages

Nous savons que l'Internet est passé d'un système réservé (au sens militaire du terme) à un système ouvert qui est de plus en plus encadré par les offreurs. C'est encore plus le cas avec cette offre nouvelle d'Elwatania entreprise privée qatarie. Cette tendance a déjà été étudiée en France des industries de la communication a fait l'objet de nombreuses recherches (Miège, 1994, 2000) autour de nouvelles configurations industrielles permettant un passage du domaine scientifique et militaire au domaine commercial, a été mis en exergue par certains auteurs (Miège, 2007) Aujourd'hui, l'enjeu économique de l'Internet est son cadrement par les offreurs pour des raisons de nécessité et de rentabilité économique. Il y a donc des velléités idéologiques des offreurs à développer des logiques économiques pérennes, notamment en limitant les possibilités de détournement d'usage (Perriault, 1989). Nous pensons à la logique économique du club (Buchanan, 1965) empruntée par les Sciences de l'information et la communication aux Sciences Economiques (Khardouche, 2010). De cette théorie a émergé les clubs privés (Tremblay, Lacroix, 1991) qui ont permis à la câblodistribution de se développer en habituant l'abonné à payer et donc à accepter certaines prescriptions d'usages, ces choix stratégiques peuvent servir à limiter les usages, par des prescriptions précises (des guides du bon usage ou bien des exemples types d'usages) dans des systèmes fermés ou bien des verrouillages sociotechniques (Flichy, 1995). Est-ce que la clé 3 G va-t-elle permettre aux opérateurs de changer les habitudes consommatoires des surfeurs algériens en situation de mobilité pour les produits culturels « *sans tuer la poule dans l'œuf* » ou tout en permettant les usages à se développer librement. Nous allons étudier cela au cours des lignes qui suivent.

Limitation du choix de l'utilisateur

Nous constatons un glissement pour l'Internet mobile d'un marketing high-tech (et ciblant les professionnels) vers un marketing grand public (Dubreuil, Roger, 2003, p.127) aussi bien en France qu'en Algérie. L'Internet mobile est simplifié et devient une forme réductrice de l'Internet fixe. A titre d'exemple, ces réductions sont l'impossibilité d'afficher des sites intégrant des fichiers dynamiques (actualisables), des sites de téléchargement de type peer-to-peer. Les opérateurs prétextent des contraintes techniques. Elles existent mais cachent une volonté de bloquer le système de manière subtile et ainsi de réduire l'autonomie de l'utilisateur. L'Internet mobile permet de visualiser un nombre inférieur de sites par rapport à ceux existants sur l'Internet (quelques centaines au plus pour les trois opérateurs français). La prescription d'usage de l'Internet se résume à des sites commerciaux et répondant à la charte de l'opérateur mobile. Et c'est bien dont il s'agit lorsque la firme Nedjma propose un rechargement à prix moindre pour la consultation de facebook ou bien MSN. Or, les nouveaux surfeurs algériens en mobilité veulent autre chose.

Figure 5 quel type de téléchargement souhaiteriez vous effectuer ?

	Nombre de réponse	pourcentage
Chansons Mp3	18	90
Films	15	75
Articles scientifiques	10	50
Journaux quotidiens	5	25
Vidéos	4	20
Autre (cours, dessins)	2	10

Il ya ainsi une dichotomie entre les prescriptions de l'offreur et les usages de ces nouveaux utilisateurs/

Cela s'explique du fait que les opérateurs recherchent une rentabilité élevée à très court terme. La rentabilité des services mobiles de la troisième génération² passe par une consommation de masse et une réduction des possibilités de surf sur les sites gratuits pour un surf ciblant les sites de cyber commerce mobile. En 1999, les sites gratuits représentaient déjà, 70 % de l'Internet (Dubreuil, Roger, 2003) en France, c'est l'orientation que prend l'Algérie. Il est toujours très difficile de rendre payant un produit culturel proposé quasi gratuitement. En fait, les premiers résultats bruts de notre enquête remettent en question les vellétés de cadrage des usages et font apparaître une volonté de liberté de surf, de téléchargement de sons et images sur Internet mobile par les surfeurs algériens. L'on est loin du waplocking et du webclipping du siècle dernier.

CONCLUSION

En conclusion, nous avons étudié sous un angle économique sociologique et communicationnel un phénomène récent en Algérie, l'usage de la clé 3G en rupture avec les approches déterministes. Cette clé, comme terminal type (Khardouche, 2003, P. 6) pourrait être un révélateur important et puissant de nouveaux usages communicationnels mobiles en Algérie à l'aune bien évidemment de la recherche récente en SIC et d'après un corpus empirique certes modeste mais cadré et apportant des éléments nouveaux des usages de la clé 3G, usages émergents en Algérie et en Afrique.

² 3 G correspond à la troisième génération des mobiles et surtout à la norme UMTS.

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- BUCHANAN James Mac Gill** (1965), *An Economic Theory of Clubs in Economica*, volume 32, p.1-14, Londres
- DUBREUIL Stéphane, ROGER Vincent** (2003), *le marketing du multimédia mobile*, éditions Organisation, Paris 494 p.
- FLICHY Patrice**, (1995) *L'innovation technique. Récents développements en sciences sociales, vers une nouvelle théorie de l'innovation* La Découverte, Paris, 251 p.
- GEORGE Eric**, (2012) L'étude des usages des TIC au prisme de la recherche critique en communication in Vidal Geneviève (2012), (sous la dir.) *la sociologie des usages : continuités et transformations*, édition Lavoisier, Paris
- HARDY Jonathan**, (2011), *Cross media promotion*, édition Peter Lang, Bern, 333 pp
- JARREGUIBERY Francis** (1994), *les branchés du portable, sociologie des usages* édition PUF, Paris
- KHARDOUCHE Ali** (2003), *la convergence entre les télécommunications et internet : vers une logique de club*, revue Composité, Montréal
- KHARDOUCHE Ali** (2006), *Convergence Mobile Internet, le triple club*, édition ANRT
- KHARDOUCHE Ali** (2010), *La logique économique du club, à la lisière de la recherche en Economie critique de la communication*, XVIIème colloque de la SFSIC à Dijon, juin 2010
- LICOPPE Alain, Moustapha Zouinar (2009)**, *Les usages avancés de la téléphonie mobile*, Réseaux, numéro 156, édition La Découverte, Paris, 288 pp
- MIEGE** (2007), *la société conquise par la communication*, tome III, les TIC entre innovation et ancrage sociale, édition PUG, Grenoble, 235 p.
- MIEGE Bernard** (1994), *La société conquise par la communication*, tome2, édition PUG, Grenoble,
- MIEGE Bernard** (2000), *Les industries du contenu face à l'ordre informationnel*, éditions PUG, Grenoble
- PERRIAULT Jacques**, (1989), *la logique de l'usage, Essai sur les machines à communiquer*, éd. Flammarion, Paris
- TREMBLAY Gaétan, LACROIX Jean-Guy** (1991), *Télévision, Deuxième dynastie*, éditions UQAM, Montréal
- URY John, Elliot Anthony** (2010), *Mobile Lives*, édition Routedge, Londres
- ZLITNI Sami, LIENARD Fabien** (2011), *Tunisie, : la révolution assistée par les TIC, Facebook et SMS comme outils de mobilisation et de structuration sociale* in Khardouche Ali et Kiyindou Alain, *TIC mobiles et développement social* in les cahiers du Cedimes, volume 5, n°1, printemps 2011, édition Cedimes –Université de Valahia à Targoviste, Paris-Targoviste, pp. 47-64
- ZOUARI Khaled** (2011), *Réflexions sur un espace médiatique arabe revisité par les médias nomades vers un espace public arabe* in Khardouche Ali et Kiyindou Alain, *TIC mobiles et développement social* in les cahiers du Cedimes, volume 5, n°1, printemps 2011, édition Cedimes –Université de Valahia à Targoviste, Paris-Targoviste, pp. 85-93