



**HAL**  
open science

# L'expression politique des jeunes Algériens à travers la vidéo sur les réseaux sociaux numériques

Nacer Aoudia, Aissa Merah

► **To cite this version:**

Nacer Aoudia, Aissa Merah. L'expression politique des jeunes Algériens à travers la vidéo sur les réseaux sociaux numériques. Christiana Constantopoulou. Représentations sociales et discours médiatiques- La "crise" comme narration contemporaine, L'Harmattan, pp.185-207, 2020, Logiques sociales, 978-2-343-21018-6. hal-03625568

**HAL Id: hal-03625568**

**<https://hal.science/hal-03625568>**

Submitted on 31 Mar 2022

**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.

La région méditerranéenne est devenue le centre «évident» de plusieurs problèmes et de reclassifications sociales (dues à la crise économique mais aussi à la «crise» de réfugiés fuyant la guerre, en quête d'asile). Les questions sociales vitales qui en furent la conséquence sont «racontées» par les divers récits (tant «nationaux» que «transnationaux») qui déterminent les conceptions sociales et constituent pour cela un objet nécessaire d'analyse pour la sociologie de la communication et des médias. Des études de cas de ce recueil, inspirées par les situations de crise du pourtour méditerranéen (Algérie, France, Grèce, Maroc, Roumanie, Ukraine), montrent quelques axes primordiaux des «narrations» de la crise. Comme elles le prouvent (chacune à sa façon) les discours politiques et médiatiques narrant la «crise» mais aussi les versions fictionnelles narrées par les produits culturels de masse (le storytelling contemporain en vigueur) ne contiennent pas de «germes» d'une quelconque narration «opposante», capable d'être appréciée et adoptés par les récits quotidiens.

La «nouveau» attribuée aux nouvelles technologies utilisées par les médias, ne fait que consolider un système social qui accentue les inégalités de l'organisation capitaliste. Ce qui est donné comme «nouveau» n'est qu'une vieille idéologie, racontée de façons plus modernes (images, virtuel, etc.), tandis que des idées «traditionnelles» sont toujours en fonction. Il existe une valorisation de la technique mais aussi de la reproduction (caractéristique culturelle de la société postmoderne) où il y a souvent un grand décalage entre le «dit» et son sens. Les industries culturelles intègrent le «grand public» partout dans le monde et le rêve qu'elles vendent est si attrayant que la narration «différente» passe inaperçue.

Christiana Constantopoulou est professeure de Sociologie à l'Université Panteion à Athènes. Décorée des Palmes Académiques par le Ministère de l'Éducation Nationale, présidente du CR14 (Sociologie de la Communication) de l' AIS depuis 2006, élue au bureau de l' AISLF pour quatre mandats; elle a à son actif plusieurs publications en anglais, français, grec, italien et portugais et dirige (depuis 2018) le Centre de Recherches sur la communication européenne (EURCECOM), attaché au département de Sociologie.

Ont contribué à cet ouvrage: Akhiate Y., Aoudia N., Bendahan M., Constantopoulou C., Gaillard A., Laroche D.-L., Lychkovska-Nebot O., Merah A., Mitropoulou E., Péquignot B., Roventa-Frumusani D., Spurk J.

Illustration de couverture: Dimitra Tserkezou "La fuite"

Sous la direction de  
**Christiana Constantopoulou**

## Représentations sociales et discours médiatiques: la « crise » comme narration contemporaine





Nacer Aoudia et Aïssa Merah

## **L'expression politique des jeunes Algériens à travers la vidéo sur les réseaux sociaux numériques**

### *Introduction*

L'apport des réseaux sociaux numériques (RSN) à l'expression et la participation des jeunes<sup>1</sup> est considérable : de nouvelles formes d'expression sont apparues, en textes, photos et vidéos, ce qui constitue un corpus intéressant pour des recherches dans de nombreux domaines, en particulier les sciences de l'information et de la communication. Les jeunes cherchent à trouver des espaces afin de s'exprimer sur des sujets liés à leur quotidien et de s'affirmer dans la société où la sphère médiatique ne leur est pas accessible. Dans ce sens, Sophie Jehel dans son étude réalisée en France sur le déséquilibre des politiques médiatiques à l'égard des jeunes, indique ce qui suit : « Les politiques publiques médiatiques semblent s'accommoder d'un modèle de société à deux vitesses où les jeunes seraient voués à des situations de précarité »<sup>2</sup>. Ce constat s'accroît notamment dans

<sup>1</sup> L'étude WEBDIALNA réalisée par deux entreprises algériennes "IDEATIC et MED&COM" indique que la tranche d'âge 25-35 ans représente la catégorie qui utilise internet en Algérie avec 31.1%. sur [http://www.webdialna.com/pdf/webdialna\\_vague3.pdf](http://www.webdialna.com/pdf/webdialna_vague3.pdf) 21 septembre 2019 à 10h25

<sup>2</sup> Sophie Jehel, le déséquilibre des politiques médiatiques à l'égard des jeunes. In-



un contexte d'espace public autoritaire où les médias obéissent à la logique des pratiques de contrôle et d'autocensure imposées et normalisées par un système politique qui cherche à uniformiser la pensée des jeunes et de réduire leur mobilisation.

Nous avons choisi de faire une analyse filmique d'une vidéo réalisée par un youtubeur qui a obtenu un fort succès. Elle a atteint un million de 'j'aime' en 24 heures. Nous envisageons à travers cette recherche de faire ressortir et d'expliquer les codes visuels et discursifs utilisés dans cette vidéo et de répondre aux questions suivantes : sur quels éléments le podcasteur s'est-il appuyé dans le récit de cette vidéo ? Comment les socionauts ont-ils réagi au contenu de la vidéo sur la toile ?

Dans la présente recherche, nous nous sommes intéressés à un cas, parmi beaucoup d'autres ayant marqué l'émergence de l'activité des youtubeurs. En effet, nous avons choisi une vidéo réalisée et partagée par Anes Tina un youtubeur algérien qui diffuse des vidéos, parfois à connotation humoristique, présentant la situation de la société algérienne, son système politique qui facilite la participation à la catégorie de jeunes structurellement alignés à sa politique, rajoutant le taux élevé de chômage chez ladite catégorie qui conduit à l'émergence de phénomènes sociaux (violence sociale, drogue, immigration clandestine...).

Nous commencerons, en premier lieu par présenter quelques éléments théoriques sur le sujet de notre recherche, et, après une explication de notre méthodologie de recherche, nous présenterons notre analyse du corpus de l'étude.

### *Les jeunes et les réseaux sociaux numériques*

Le monde change et les comportements des individus connectés ont aussi changé fondamentalement. Tel est le constat que nous pouvons faire de l'évolution technologique qui a bouleversé notre société.

---

dice ou accélérateur de leur marginalisation dans l'espace public ?, *Agora Débats/Jeunesses*, N° 64, 2013, pp 45-59.

L'internet ne cesse d'occuper notre vie, comme le souligne Romain Rissoan : « La place d'internet est devenue de plus en plus importante, car toutes les technologies se sont mises en lien avec ce gigantesque réseaux »<sup>3</sup>.

Les jeunes passent beaucoup de temps sur internet, particulièrement sur les RSN. Ces derniers sont devenus un espace de rencontre virtuelle et de débat en ligne où l'expression des jeunes émerge sous plusieurs formes, exprimant des avis et des opinions sur plusieurs questions (la situation sociale "le chômage", la situation politique "la participation des jeunes"... ) qui les préoccupent au quotidien. Florian Dauphin indique que « les jeunes générations semblent vivre ces mutations de manière plus rapide et plus intense que les autres classes d'âge »<sup>4</sup>.

La participation des jeunes dans la société a longtemps constitué une problématique de recherche dans plusieurs domaines : « depuis les années 1970, de nombreux auteurs se sont intéressés aux pratiques et à la culture juvénile. Les études montrent notamment que la jeunesse est considérée dans nos sociétés comme un vecteur de changement social »<sup>5</sup>.

Cette participation se renouvelle et prend d'autres formes, notamment sur les RSN. Dans ce sens, Caroline Caron voit que « des formes culturelles de participation sociale et politique existent parmi les jeunes aujourd'hui et que les cultures participatives en ligne expriment le registre intime et personnel dans lequel s'énoncent et se pratiquent la participation et l'engagement civique aujourd'hui »<sup>6</sup>.

<sup>3</sup> Romain Rissoan, « Les réseaux sociaux, Facebook, Twitter, LinkedIn, Viadeo, Google+, comprendre et maîtriser ces nouveaux outils de communication », 2<sup>e</sup> éd, France, éditions ENI, 2011, p. 47.

<sup>4</sup> Florian Dauphin, « Culture et pratiques numériques juvéniles : Quels usages pour quelles compétences ? », Questions Vives [En ligne], Vol.7 n°17/2012, mis en ligne le 15 novembre 2012, consulté le 19 avril 2019, p.02. URL : <http://journals.openedition.org/questionsvives/988> ; DOI : 10.4000/questionsvives.988

<sup>5</sup> Ibid, p.03.

<sup>6</sup> Caroline Caron, « Les jeunes et l'expérience participative en ligne. Lien social et politiques », (71/2014), 13-30. [En ligne], sur : <https://doi/10.7202/102476ar>

Beaucoup de paramètres et de facteurs (la gratuité, l'instantanéité et le peu de contrôle...) ont favorisé l'émergence de ces nouvelles formes de participation selon l'environnement social et politique de chaque société. Aïssa Merah précise que « dans cette vision centrée sur la participation citoyenne, l'intensification de l'expression dans la différence et l'exercice de la discussion dans la tolérance favorisent plusieurs facteurs privilégiant le processus raisonné de changement notamment pour les sociétés autoritaires peu habituées à la diversité politique »<sup>7</sup>.

### *Youtube et l'expression des jeunes à travers la vidéo en Algérie*

Avec l'avènement des TIC, le champ médiatique est désormais ouvert à plusieurs formes d'expression ; le citoyen ordinaire peut désormais contribuer à animer et enrichir le débat sur de multiples questions qui intéressent la société. David M. Faris voit que « les médias sociaux sont aujourd'hui extrêmement présents, y compris dans les pays en développement, et il est désormais difficile d'imaginer qu'une mobilisation sociale puisse se faire sans eux »<sup>8</sup>. Les statistiques sur l'usage de la plateforme Youtube<sup>9</sup> démontrent le nombre croissant des utilisateurs.

L'activité des jeunes, en création de contenus, en partage et en commentaires s'accélère continuellement. D'après le rapport

<sup>7</sup> Aïssa Merah, « Nouvelles formes de participation en ligne des jeunes en Algérie. Entre démarches stratégiques et impensées pour le changement », REFSICOM, 2/2016. [En ligne]. <http://www.refsicom.org/177>. Page consultée le 15 septembre 2019.

<sup>8</sup> David M. Fares. « La révolte en réseau : le « printemps arabe » et les médias sociaux ». Institut français des relations internationales | « Politique étrangère ». 1 Printemps 2012 | pages 99 à 109 sur l'adresse : <https://www.cairn.info/vue-politique-etran-gere-2012-1-page-99.htm>

<sup>9</sup> Conseil supérieur de l'audiovisuel, (2018). « Vidéos en ligne ou télévision chez les jeunes publics: étude écono-métrique », sur le site : <https://www.csa.fr/Informer/Collections-du-CSA/Thema-Toutes-les-etudes-realisees-ou-co-realisees-par-le-CSA-sur-des-themes-specifiques/Les-etudes-du-CSA/Videos-en-ligne-ou-television-chez-les-jeunes-publics-etude-econometrique>. Consulté le 28 sept. 19 à 11h10

publié par Hootsuite<sup>10</sup> en janvier 2019, l'internaute algérien passe une moyenne de 8M 47S par jour sur le Youtube. Ce qui rend une vidéo susceptible de devenir populaire en un temps record sur la plateforme et elle sera tout de suite partagée sur les autres réseaux sociaux, facebook, twitter, google,.... Elle fera aussi l'objet d'articles de presse qui vont relayer son contenu. Les contenus audiovisuels et leur gratuité sur la toile attirent davantage les internautes que ceux des médias traditionnels. D'ailleurs « Les contenus vidéo sur internet, en particulier sur les plateformes de partage de vidéos ou les réseaux sociaux, présentent des caractéristiques attractives auprès des jeunes générations. Ils sont en général gratuits, adaptés à une consommation sur *smartphone* de par leur durée et leur format »<sup>11</sup>. Ces dispositifs ont permis aux jeunes de produire des contenus divers (textes, images, vidéos...) en un temps record et en utilisant leurs propres moyens, et de les partager sur les RSN.

Sans doute, les réseaux sociaux numériques prennent une place de plus en plus importante dans le quotidien des jeunes. En même temps, les gestionnaires de ces plateformes cherchent à développer les fonctionnalités afin d'attirer davantage d'utilisateurs. C'est pour cela qu'« à partir de fin 2007, YouTube et Dailymotion ont passé des accords avec les gros producteurs de contenus, ont mieux contrôlé les vidéos partagées sur leurs sites et ont créé des programmes permettant aux vidéastes amateurs de se professionnaliser en monétisant leurs contenus avec de la publicité »<sup>12</sup>.

Il faut rappeler que les jeunes sont exposés aux divers contenus sur internet, mais le contenu audiovisuel les attire davantage, cette activité devient récurrente « dans l'ère numérique, où les jeunes sont constamment présents en ligne via les vidéos en continu »<sup>13</sup>. Par

<sup>10</sup> <https://digital-agency.com/wp-content/uploads/2019/08/Chiffres-digital-2019-Algérie.pdf>, consulté le 08 mars 2020 à 19h00.

<sup>11</sup> Ibid, p. 10.

<sup>12</sup> Jean-Baptiste Viet, « YouTubeurs, créer des vidéos et des millions de vues sur youtube ». Paris : Eyrolles, 2016, p. 12.

<sup>13</sup> Calafateau, Adina Marina. (2018). « Chapitre 6. Les outils de communication en

ailleurs, « cette appétence des jeunes générations pour les contenus vidéo sur internet s'explique d'abord par de plus grandes aptitudes numériques que le reste de la population »<sup>14</sup>.

Il est à préciser en reprenant l'idée de Divina Frau-Meigs que « YouTube fait partie des plates-formes qui ont permis à l'Internet de prendre le « tournant social », c'est-à-dire de devenir plus interactif, plus participatif et collaboratif voire contributif<sup>15</sup>.

Cette plateforme de partage de contenus audiovisuels permet à ses utilisateurs de créer leurs contenus en vidéo et les partager, comme le précise Combe Celik Christelle « YouTube par la communication particulière qu'il induit est certainement parmi l'un des espaces prédessinés du web 2.0 les plus intéressants. En effet, cette communication multimodale et asynchrone où à un message vidéo répondent des messages textuels est sémiotiquement riche »<sup>16</sup>.

Nous assistons à l'émergence de nouveaux influenceurs en ligne, par leurs compétences et leurs capacités de créer un contenu attractif qui influence les autres usagers. Dans ce sens « les youtubeurs sont des personnalités qui émergent en ligne du fait du nombre de vues cumulées que leurs chaînes génèrent ; ils attirent l'attention d'abonnés par les critiques »<sup>17</sup>.

Une étude réalisée par deux entreprises algériennes (IDEATIC et med&com) en août 2010 sur « internet, média préféré des jeunes et des cadres en Algérie », a démontré qu'« internet est la première

---

ligne au service de l'apprentissage, de l'identité et de la citoyenneté pour les « natifs du numérique », PP 75-80. [En ligne] sur <https://www.cairn.info/points-de-vue-sur-la-jeunesse-volume-4---page-75.htm>

<sup>14</sup> Conseil supérieur de l'audiovisuel, op.cit, P 10

<sup>15</sup> Divina Frau-Meigs, « Les Youtubeurs : les nouveaux influenceurs ». Editions de l'attribut, NECTRAT, n° 05/2017, 126-136. [En ligne] sur : <https://www.cairn.info/revue-nectrat-2017-page-126.htm>

<sup>16</sup> Christelle, Combe Celik. (2014). « Vlogues sur YouTube : un nouveau genre d'interactions multimodales », 2014, p.279. sur le site : [https://impec.sciencesconf.org/conference/impec/pages/Impec2014\\_Combe\\_Celik.pdf](https://impec.sciencesconf.org/conference/impec/pages/Impec2014_Combe_Celik.pdf), consulté le 28 septembre 2019, à 10h45

<sup>17</sup> Divina Frau-Meigs, op.cit, p.128.



source d'information des internautes, loin devant les médias traditionnels. Ainsi 74% des internautes algériens déclarent préférer internet comme outil d'information. Il est évident qu'à l'avenir les annonceurs ne pourront plus faire l'impasse sur cet outil qui peut être légitimement appelé le « média des médias »<sup>18</sup>.

Les RSN sont devenus l'outil d'expression privilégié pour les jeunes Algériens. Cette préférence est due au fait, qu'aujourd'hui, Internet constitue un mode d'accès aux contenus de divertissement audiovisuels de plus en plus populaire auprès des jeunes. D'ailleurs un rapport a démontré que « les internautes Algériens passent plus de 4H par jour connectés, c'est plus que le temps passé sur les autres médias »<sup>19</sup>.

Youtube est le deuxième site le plus visité en Algérie après Facebook (Gen 42 ; <https://gen-42.com/assets/uploads/f30b5-chiffres-du-digital-algerie-janvier-2017.pdf>)



<sup>18</sup> Webdialna, « Internet, média préféré des jeunes et des cadres en Algérie, 2019, p.08. sur le site : [http://www.webdialna.com/pdf/webdialna\\_vague3.pdf](http://www.webdialna.com/pdf/webdialna_vague3.pdf), consulté le 21 septembre 2019 à 10h25

<sup>19</sup> Gen 42, 2017, p.03. Sur le site : <https://gen-42.com/assets/uploads/f30b5-chiffres-du-digital-algerie-janvier-2017.pdf>. consulté 21 septembre 2019 à 11h00.

En Algérie, nous pouvons répertorier plusieurs youtubeurs d'une grande influence, qui interviennent sur plusieurs questions. Dans sa recherche, Tahar Ouchiha a étudié le cas d'une vidéo de campagne de boycottage lancée sur les réseaux sociaux numériques, il précise qu'« au-delà de l'influence de ces derniers sur le comportement des citoyens, c'est surtout la dimension d'espace médiatique et d'expression de substitution qu'offrent ces réseaux qui est intéressante à pointer, ces derniers évoluant au sein d'un paysage médiatique qui n'offre pas beaucoup d'espace d'expression aux citoyens, notamment sur les questions politiques »<sup>20</sup>.

Dans une société où l'espace médiatique est subordonné aux pratiques autoritaires du système politique, les RSN représentent un espace alternatif pour l'expression et la participation contestataire et politique des jeunes. C'est pour cette raison que les jeunes exclus des espaces discursifs et délibératifs conventionnels sont réduits au statut de sujets, mécontents de leur place dans la société. Ils fuient en effet vers l'espace numérique pour regarder, créer et partager des contenus avec les autres. L'exercice politique est dominé par la logique du « plus ancien ». Les jeunes en sont exclus sauf ceux qui ont adhéré à des structures politiques. Aujourd'hui, nous assistons à l'émergence de nouveaux acteurs politiques qui sont les jeunes qui s'expriment sous plusieurs formes via les RSN notamment facebook et Twitter.

### *Méthodologie de recherche*

Nous avons choisi pour cette recherche l'approche de l'analyse filmique afin de l'appliquer sur un contenu audiovisuel tiré de la plateforme de partage YouTube. Comme l'indique Carlos Duarte de SenaCaires « Avec l'arrivée du numérique, la dématérialisation du récit dirigé vers un modèle moins rigide interactif est naturelle. D'une

---

<sup>20</sup> Tahar Ouchiha, « Les réseaux sociaux et la participation politique en Algérie Analyse de la campagne de boycottage des législatives de mai 2017 à travers Facebook ». *Revue communication*, vol. 35/2, 2018 [En ligne], sur <https://journals.openedition.org/communication/8846>.

structure moins perméable, nous passons à une organisation du récit qui laisse un rôle prépondérant au spectateur-lecteur »<sup>21</sup>.

Nous envisageons à travers cette analyse de faire ressortir les différents référents employés par l'auteur pour présenter la situation sociale et politique de l'Algérie.

Nous allons en premier temps présenter la vidéo choisie pour l'étude, en décrivant ses caractéristiques techniques, et ensuite nous allons la découper en séquences en procédant à l'analyse de chaque séquence sur la base de leurs orientations thématiques. L'analyse nous permettra de reconnaître et de ressortir ; le discours d'influence, le discours promotionnel<sup>22</sup> et le discours sensible.

En second lieu, nous allons constituer un échantillon de commentaires sur la vidéo, tiré de la plateforme de YouTube, sur la base d'une grille d'analyse à partir des mots clés en lien avec notre sujet de recherche, qui est le récit filmique à travers la vidéo.

### *Présentation du corpus de l'étude*

#### *Contexte et idée de la vidéo « Rani zaafan » « je suis fâché »*

L'idée de la vidéo prend son origine dans une triste histoire réelle d'un jeune sans abri qui traîne dans les rues d'Alger. Son quotidien de vagabond se résume à des aller-retours incessants dans la capitale. Il est connu par sa fameuse question provocatrice qu'il pose aux jeunes qu'il y croise. « ya jan rak zaafan ? » « Jeune, es-tu fâché ? », pour illustrer la situation sociale difficile en Algérie surtout chez les jeunes.

Le jeune youtubeur algérien Anes Tina a repris cette idée en la réalisant sous forme d'une vidéo postée sur Youtube le 17 novembre 2017. La vidéo est d'une durée de 5 minutes et 46 secondes et elle a atteint 1.4618.364 vues, elle est en effet parmi les vidéos les plus

<sup>21</sup> Carlos Duarte de Sena Caires, « Le récit filmique : à la rencontre d'un discours interactif, 2005, pp. 1-12. Sur le site : [http://ocec.eu/pdf/2005/Caires\\_Carlos.pdf](http://ocec.eu/pdf/2005/Caires_Carlos.pdf)

<sup>22</sup> Patrick Charaudeau, « Le discours de manipulation entre persuasion et influence sociale », pp. 1-14, sur le site [https://www.patrick-charaudeau.com/IMG/pdf/Dis-cours\\_Manipulation-Texte\\_Lyon\\_.pdf](https://www.patrick-charaudeau.com/IMG/pdf/Dis-cours_Manipulation-Texte_Lyon_.pdf).

populaires sur la plateforme de partage de vidéos Youtube<sup>23</sup>. D'ailleurs sa chaîne YouToube est classée la 7<sup>ème</sup> des chaînes les plus populaires en Algérie<sup>24</sup>.

### *Analyse thématique du récit de la vidéo*

La première scène de cette vidéo, la caméra se focalise sur Anes Tina qui est l'acteur principal qui joue le rôle d'un sans-abri en situation défavorisée. De cette thématique découle plusieurs sous-thématiques avec lesquelles l'auteur de cette vidéo cherche à faire passer de multiples messages. Nous pouvons constater que l'auteur ne cible pas uniquement une tranche d'âge ou une catégorie sociale bien définie, au contraire il cible plusieurs catégories et de différentes tranches d'âge.

L'auteur a mobilisé plusieurs référents socioculturels pour représenter la situation sociale dégradée du pays. Ces référents sont accompagnés d'un champ lexical typiquement algérien. Le youtubeur cherche à influencer son public en s'appuyant sur un double schème cognitif, comme l'explique Patrick Charaudeau, articulé autour de deux fonctions langagières : narration et argumentation.

Patrick Charaudeau voit qu'«un acte de langage qui cherche à persuader met en œuvre une visée d'«incitation» qui correspond à une intentionnalité psychosocio-discursive d'influence de l'auditoire».<sup>25</sup>

A travers cette vidéo, le youtubeur incite son public à penser à la situation sociale et politique en Algérie. Le titre du clip nous donne préalablement une idée générale sur la vidéo « Rani Zaafan » « je suis fâché ». Nous pouvons le déduire dès la première séquence de la vidéo où le jeune Anes Tina, comme acteur principal du clip, en mouvement de travelling et ensuite un plan général, l'acteur apparaît en vêtements déchirés sur les hauteurs de la capitale « la Casbah d'Alger », un lieu

<sup>23</sup> Chaîne du Youtubeur Anes Tina: <https://www.youtube.com/user/allahyahdiik>

<sup>24</sup> <https://vidooly.com/top-youtube-channels/DZ/mostsubscribed>

<sup>25</sup> Patrick Charaudeau, op.cit, p.02.

historique et culturel, et énonce un premier message, en l'associant au Titanic. « Je te pleure mon pays, ils veulent te faire couler comme le Titanic ». L'auteur fait allusion à la mauvaise gestion du pays.

### Capture d'écran 1 : l'acteur sur les hauteurs d'Alger



### *Un sans-abri en situation défavorisée*

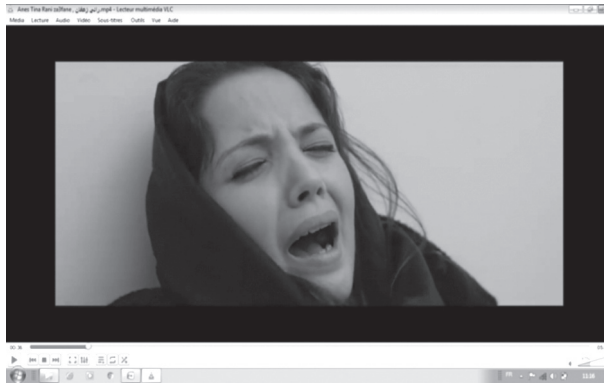
Dans la deuxième séquence de la vidéo, l'acteur apparaît en gros plan assis dans une vieille bâtisse menacé d'effondrement, le dialogue s'enchaîne sur la situation des riches qui ont la possibilité de partir vivre à l'étranger. Ici l'auteur utilise un mot dans le langage algérien pour présenter la situation des catégories défavorisées « Zouaoula » qui veut dire les « pauvres » en filmant la séquence dans les rues de la casbah pour montrer la situation dégradée des anciennes bâtisses.

### *La situation des malades en Algérie*

Avant que cette sous thématique soit évoquée, un autre personnage apparaît en gros plan, tout en posant la question « ya jeune rak zaafane ? » « jeune, es-tu fâché ? » avec une forme de moquerie. L'acteur principal revient pour lui répondre qu'il est fâché, à cause de la situation médicale de son fils à l'hôpital qui risque la mort. Pour présenter la situation dégradée des hôpitaux en Algérie, il développe un argumentaire, en montrant, en gros plan une femme enceinte

qui souffre et en train de mourir. Ensuite, un médecin qui lève une pancarte sur laquelle est écrit « je suis fâché ». Le message qu'a fait passer l'auteur dans cette séquence est que les responsables et leurs familles se soignent à l'étranger, en laissant les hôpitaux se dégrader.

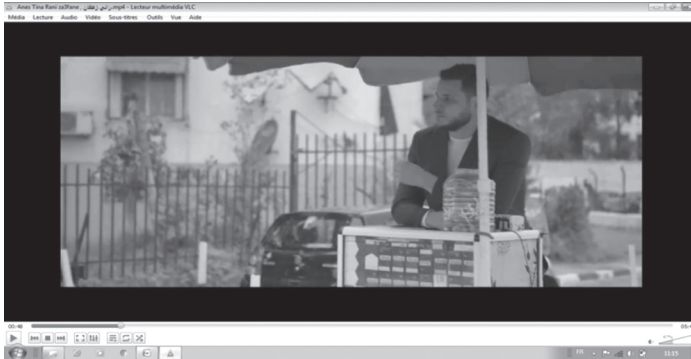
### Capture d'écran 2 : femme enceinte à l'hôpital



### *Un diplômé en chômage*

Dans ce plan de la vidéo, la caméra est fixée sur un jeune bien habillé dans la rue entrain de vendre illicitement du tabac. Nous comprenons tout de suite à travers le message linguistique qui accompagne l'image qu'il s'agit d'un diplômé en situation de chômage. L'auteur compare par ailleurs la situation de ce jeune à celle des illettrés qui font les affaires et qui se trouvent dans des postes importants comme au parlement.

### Capture d'écran 3 : jeune vendeur du tabac



### *La situation de l'école algérienne*

Le mouvement de la caméra est fixé en plan américain sur deux enfants tristes, la pancarte portant le message « je suis fâché » entre leurs mains, devant une école primaire qui porte le nom Mouloud Feraoun, l'un des grands auteurs de la littérature algérienne. L'objectif du youtubeur est de présenter la situation de l'école algérienne, exposée ces dernières années à des conflits idéologiques dont les seules victimes sont les enfants.

### Capture d'écran 4 : Des enfants devant l'école



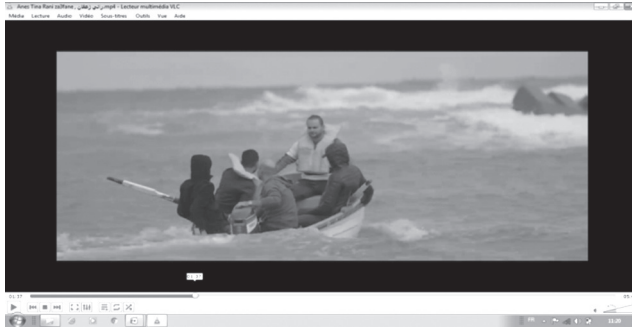
### *La corruption*

Cette sous thématique en réalité est évoquée par l'auteur tout au long de la vidéo, mais il insiste particulièrement sur cet aspect dans cette séquence. Il évoque en effet l'affaire de l'autoroute Est/Ouest, un méga projet qui a coûté plus cher que prévu. Le dossier de cette affaire, d'ailleurs, a été ouvert par la justice algérienne en 2013. En effet, l'auteur remet en cause la mauvaise gestion, en faisant référence implicitement à l'ancien premier ministre Ahmed Ouyahia. Nous pouvons le déduire dans le message de l'auteur « Thahka safra hasdetni fi boita yaourt » « le sourire jaune m'a privé d'un pot de yaourt ». Cette phrase employée par l'homme politique, déclarant que le yaourt n'est pas un aliment nécessaire.

### *L'immigration clandestine*

L'auteur enchaîne sur le sujet de la mauvaise gestion, en évoquant la situation salariale des travailleurs, le moment où les responsables organisent des festivals avec des sommes colossales, en faisant référence au ministère de la culture. C'est la cause qui pousse les jeunes de fuir le pays clandestinement pour aller en Europe au risque de leur vie, « maqdartouch twouklouna sardine, besah wekeltou lhout bel haraga lirahoum harbine » « vous n'avez pas pu nous offrir de la sardine, mais vous nourrissez le poisson avec la chair de ces migrants clandestins en fuite ». Sur le plan visuel, la succession de plans dans cette séquence démontre l'état de ces jeunes. En gros plan apparaît un jeune qui pleure, ensuite avec un plan d'ensemble apparaît le groupe de jeunes sur un vieux petit bateau, pour illustrer le risque qu'ils prennent en traversant la mer. L'auteur ici explique que ces jeunes n'ont pas d'autres solutions pour partir, contrairement aux enfants des dirigeants, lesquels ont la double nationalité. Le message de l'auteur représente les inégalités sociales dans la société algérienne.



**Capture d'écran 5 : des haragas (des migrants clandestins)***La pauvreté*

Dans cette séquence de la vidéo, l'acteur apparaît en plan américain entrain de fouiller dans la poubelle pour trouver de quoi manger. Il évoque ensuite le discours officiel des responsables selon lesquels le pays est capable d'organiser la coupe du monde ; l'acteur ici apparaît en gros plan, tout en étant pris d'un fou rire, en signe de moquerie de ce discours.

**Capture d'écran 6 : Un sans abri fouillant la poubelle**

### *La décennie noire*

Un autre plan de la vidéo montre l'acteur devant le siège du parlement, avec une succession de gros plans de l'acteur pour évoquer la décennie noire, en s'appuyant sur le discours sensible. En provoquant les émotions du destinataire, la caméra filme l'auteur entrain de pleurer, un signe de compassion avec les familles des morts et des disparus durant la période difficile qu'a vécue l'Algérie de 1991 au 2000. Il fait le reproche aux officiels qui utilisent ces événements pour faire peur à la population qui espère un changement. L'auteur rappelle dans cette séquence que les martyrs de la révolution ont sacrifié leur vie pour un état moderne et une justice sociale, et les responsables construisent des prisons.

### *La propagande des médias traditionnels*

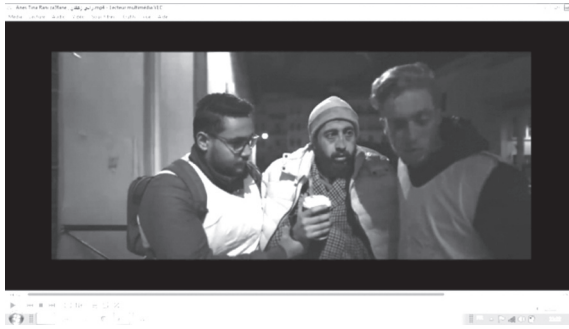
La thématique évoquée dans cette partie de la vidéo est la propagande faite par certains médias pour maintenir la situation telle qu'elle. Il s'attaque à la politique de certaines chaînes privées qui usent de mensonges et de la désinformation à des fins politiques.

### *La solidarité*

Avant que la vidéo montre les gens solidaires avec le sans abri, l'acteur apparaît en gros plan avec les larmes aux yeux. Il utilise une expression typiquement algérienne « je ne sais pas pourquoi vous nous avez fait **avancer en arrière** ». Il évoque la situation sociale difficile des gens alors que le pays dispose de toutes sortes de richesses. La caméra ici montre un groupe de jeunes qui avance vers le sans abri pour lui apporter de l'aide, le message de l'auteur accompagnant l'image est que tant qu'il y a des gens conscients, capables de s'entraider, il reste toujours un espoir. A travers cette séquence, l'auteur s'appuie sur le discours promotionnel. Comme l'indique Patrick Charaudeau l'objet de parole dans le discours promotionnel « se présente comme

un bienfait collectif de réparation d'un désordre social qui participe d'une idéalité éthique ; en cela, il est différent du publicitaire qui se présente comme un bien-être individuel, d'ordre hédonique et point éthique »<sup>26</sup>. L'auteur fait la promotion d'une valeur sociale qui est la solidarité.

### Capture d'écran 7 : des jeunes solidaires



La vidéo se termine avec un message de l'auteur selon lequel cette vidéo parle des pauvres que le pouvoir méconnaît. Il indique que son objectif est de présenter la situation sociale et politique réelle du pays. A la fin il demande aux gens s'ils sont aussi fâchés de se manifester par un 'j'aime' et un commentaire sur la vidéo, et de s'abonner à sa chaîne Youtube.

### *Analyse des commentaires*

Afin d'enrichir cette analyse, nous avons opté pour l'analyse de réaction du public à cette vidéo. La première lecture que nous avons faite est que la vidéo, comme nous l'avons précédemment cité, a suscité de multiples réactions du public. Elle a réalisé 667.000 likes, mais aussi 13.000 dislikes. La vidéo a collecté 29.561 commentaires.

<sup>26</sup> Patrick Charaudeau, op.cit, p.05.

Nous précisons ici que nous avons constitué un échantillon de 100 commentaires qui ont suscité le plus de réactions chez les internautes, en (j'aime et en commentaire), triés à l'aide d'une option sur la plateforme.

Nous avons en premier lieu analysé la tendance de ces commentaires par rapport au discours de la vidéo, nous en avons constaté trois types différents ; les positifs, les neutres et les négatifs. Le constat est que la tendance dominante des commentaires est positive, il s'agit de commentaires qui partagent la même vision de l'auteur, et qui reprennent les mots de l'auteur dans leurs commentaires. Ensuite vient la deuxième catégorie de commentaires de type neutre, il s'agit de commentaires où les internautes remercient l'auteur et expriment dans leurs messages leur soutien à son égard. Dans ce sens, un internaute a écrit « je vous remercie Anes, Dieu prendra sa revanche sur tout responsable qui a trahi le peuple algérien » La dernière catégorie représente les commentaires négatifs, il s'agit de commentaires dans lesquels les internautes, soit expriment une idée différente à celle développée dans la vidéo, soit attaquent directement l'auteur.

Nous avons, par ailleurs, trouvé un commentaire d'un internaute, qui habite probablement à Alger, témoignant que l'idée de la vidéo est tirée d'un cas réel d'un sans-abri à Alger, il a écrit « Jeune, es-tu fâché ? Est un citoyen qui vie normalement à Alger. Anes Tina le connait, il a réalisé sa situation, bravo ».

Le premier point que nous pouvons ressortir de l'analyse des commentaires est qu'ils sont écrits par des utilisateurs de plusieurs nationalités. Nous en avons identifié des commentaires d'internautes marocains, tunisiens, syriens... Ce sont en effet des commentaires qui expriment la solidarité et la fraternité de ces jeunes à leurs congénères algériens, et qui partagent pratiquement les mêmes difficultés quotidiennes de jeunes défavorisés (remise en cause du système politique qui a créé une situation qui ne favorise pas la participation citoyennes et qui bloque l'émancipation des jeunes dans la société). Un internaute écrit dans un commentaire « de la Libye je vous salue... , c'est la même situation en Libye, Tunisie, Maroc, Mauritanie ». Nous dirons

que la vidéo a traversé les frontières, malgré parfois la différence de la ressource linguistique utilisée par l'auteur, dialecte typiquement algérien, comme nous l'avons déjà expliqué.

Nous avons constaté lors de l'analyse de ces commentaires, qu'il y a certains mots qui se répètent fréquemment, nous citons : problème, situation en Algérie, les traîtres et voleurs (en qualifiant les gouvernants du pays). Nous pouvons dire que l'auteur à travers cette vidéo a pu faire passer son message, en suscitant des réactions positives des internautes. Dans le même sens, certains internautes, en le remerciant de ce travail, le compare à d'autres productions qui ont précédé, par exemple celui du podcasteur DZ Joker sur le boycott des élections législatives.

Certains internautes ont recours aux référents religieux pour écrire leurs commentaires, des versets coraniques ont été par ailleurs employés.

La dernière catégorie de commentaires, représentant les opinions négatives à l'égard de la vidéo, il s'agit d'un public qui ne se sent pas touché par le contenu de la vidéo. Certains auteurs de commentaires attaquent même l'auteur de la vidéo, comme dans ce commentaire : « cette vidéo et les mots employés ne m'ont pas touché, malgré ce que vous avez dit est correcte et nous le vivons, mais le rôle n'a pas été bien joué ». Ils l'accusent de vouloir déstabiliser le pays et qu'il se fait de la publicité pour la célébrité et gagner de l'argent.

### *Conclusion*

Dans cette recherche, nous avons essayé d'appliquer l'approche de l'analyse filmique sur un contenu audiovisuel tiré de la plateforme de partage de vidéos YouTube. Il s'agit de la vidéo « Rani Zaafane » « Je suis fâché » réalisée et partagée par le youtubeur algérien Anes Tina.

Nous nous sommes intéressés particulièrement au récit dans cette vidéo, puisque l'auteur a présenté la situation sociale et politique du pays avec un style dramatique, en s'inspirant d'un vécu réel d'un citoyen sans abri, qui vit à la capitale d'Alger. Nous qualifions le

discours de l'auteur d'influence, qui incite son public à penser à la situation en s'appuyant sur les styles narratif et argumentatif.

L'auteur a employé, dans le récit de cette vidéo, des référents linguistiques typiquement algériens, comme (Zouaoula, Les pauvres), (avancer l'arrière), (intik : qui veut dire « bien »). Ces référents sont d'ailleurs repris par les internautes dans leurs commentaires.

Le clip a été réalisé à Alger, la capitale de l'Algérie, nous l'avons déduit dès la première séquence du clip, à travers l'architecture coloniale de l'ancienne ville d'Alger, en face du port, synonyme de Hesra (regret), voyage à la recherche d'un ailleurs meilleur. Le choix du lieu est significatif, lié directement à l'origine de l'idée, il reflète le vécu difficile de la population. Afin de pouvoir attirer son public, l'auteur a choisi la musique du Titanic comme un fond sonore du clip, pour faire référence au naufrage, en présentant la situation politique et sociale en Algérie, liée au premier message émis par ce dernier. Son objectif est de dramatiser la situation pour appuyer son récit, les gros plans utilisés, en filmant soit l'acteur principal ou d'autres personnages l'indiquent parfaitement afin de s'appuyer sur un discours sensible. Un visage triste, des larmes aux yeux, autant de codes pour provoquer les émotions de son public, d'ailleurs nous l'avons constaté dans certains commentaires où les internautes ont indiqué que la vidéo les a fait pleurer. Nous pouvons dire que l'auteur a atteint son objectif.

La vidéo a suscité de multiples réactions chez les internautes. Nous avons identifié des commentaires positifs, négatifs et neutres. Nous avons également constaté que son clip a attiré des internautes étrangers (des marocains, tunisiens, libyens, syriens...), des pays qui vivent une situation sociale et politique similaire à celle de l'Algérie, bien que l'auteur utilise un langage typiquement algérien, où certains mots sont difficiles à comprendre.

Nous pouvons dire que les RNS permettent notamment aux jeunes de s'exprimer sur de multiples sujets et questions liées à leur vécu dans la société, au moment où la sphère médiatique n'offre pas de possibilité à cette catégorie de citoyens de gagner en visibilité.

C'est la raison pour laquelle l'activité des jeunes ne cesse d'augmenter sur les RSN, en production et en partage de contenu. Nous assistons à l'émergence de la génération de consomm-acteurs susceptibles de devenir, en un temps record, de nouveaux influenceurs avec des publications qui réalisent des scores de visionnement importants et constituent le sujet de débat dans tous les niveaux.

*Bibliographie :*

- Calafateau, Adina Marina. (2018). « Chapitre 6. Les outils de communication en ligne au service de l'apprentissage, de l'identité et de la citoyenneté pour les « natifs du numérique », PP 75-80. [En ligne] sur <https://www.cairn.infopoints-de-vue-sur-la-jeunesse-volume-4---page-75.htm>
- Carlos Duarte de Sena Caires, « Le récit filmique : à la rencontre d'un discours interactif, 2005, pp. 1-12. Sur le site : [http://ocec.eu/pdf/2005/Caires\\_Carlos.pdf](http://ocec.eu/pdf/2005/Caires_Carlos.pdf).
- Caron, Caroline. (2014). « Les jeunes et l'expérience participative en ligne. Lien social et politiques », (71), 13-30. [En ligne], sur : <https://doi/10.7202/102476ar>
- Charaudeau Patrick, « Le discours de manipulation entre persuasion et influence sociale », pp. 1-14, sur le site [https://www.patrickcharaudeau.com/IMG/pdf/Discours\\_Manipulation\\_Texte\\_Lyon\\_.pdf](https://www.patrickcharaudeau.com/IMG/pdf/Discours_Manipulation_Texte_Lyon_.pdf).
- Christelle, Combe Celik. (2014). « Vlogues sur YouTube : un nouveau genre d'interactions multimodales », sur le site : [https://impec.sciencesconf.org/conference/impec/pages/Impec2014\\_Combe\\_Celik.pdf](https://impec.sciencesconf.org/conference/impec/pages/Impec2014_Combe_Celik.pdf).
- Conseil supérieur de l'audiovisuel, (2018). « Vidéos en ligne ou télévision chez les jeunes publics: étude économétrique », sur le site : <https://www.csa.fr/Informer/Collections-du-CSA/Thema-Toutes-les-etudes-realisees-ou-co-realisees-par-le-CSA-sur-des-themes-specifiques/Les-etudes-du-CSA/Videos-en-ligne-ou-tele-vision-chez-les-jeunes-publics-etude-econometrique>.

- Dauphin, Florian. (2012) « Culture et pratiques numériques juvéniles : Quels usages pour quelles compétences ? », Questions Vives [En ligne], Vol.7 n°17 |, mis en ligne le 15 novembre 2012, consulté le 19 avril 2019. URL : <http://journals.openedition.org/questionsvives/988> ; DOI : 10.4000/questionsvives.988
- Frau-Meigs, Divina. (2017). « Les Youtubeurs : les nouveaux influenceurs ». Editions de l'attribut, NECTRAT, n° 05, 126-136. [En ligne] sur : <https://www.cairn.info/revue-nectrat-2017-page-126.htm>
- Jehel Sophie (2013), le déséquilibre des politiques médiatiques à l'égard des jeunes. Indice ou accélérateur de leur marginalisation dans l'espace public ?, Agora Débats/Jeunesses, N° 64.
- M. Faris, David. (2012). « La révolte en réseau : le « printemps arabe » et les médias sociaux ». Institut français des relations internationales | « Politique étrangère ». 1 Printemps | pages 99 à 109 sur l'adresse : <https://www.cairn.info/revue-politique-etrangere-2012-1-page-99.htm>
- Merah, Aïssa. (2015). « Discours de changement dans les discussions juvéniles en ligne : cas des commentaires de l'actualité ». in (Sous la direction) Fathallah Daghami, Farid Toumi et Abderrahmane Amsidder Médias et changements Formes et modalités de l'agir citoyen, L'Harmattan.
- Merah, Aïssa. (2016). « Nouvelles formes de participation en ligne des jeunes en Algérie. Entre démarches stratégiques et impensées pour le changement », REFSICOM, 2. [En ligne]. <http://www.refsicom.org/177>.
- Ouchiha, Tahar. (2018). « Les réseaux sociaux et la participation politique en Algérie Analyse de la campagne de boycottage des législatives de mai 2017 à travers Facebook ». Revue communication, vol. 35/2, [En ligne], sur <https://journals.openedition.org/communication/8846>
- Rissoan, Romain. (2011). « Les réseaux sociaux, Facebook, Twitter, LinkedIn, Viadeo, Google+, comprendre et maîtriser ces nouveaux outils de communication ». 2<sup>e</sup> éd, éditions ENI, France.



Viet, Jean-Baptiste. (2016). « YouTubeurs, créer des vidéos et des millions de vues sur youtube ». Eyrolles, Paris.

Webdialna, (2014). « Internet, média préféré des jeunes et des cadres en Algérie, sur le site : [http://www.webdialna.com/pdf/webdialna\\_vague3.pdf](http://www.webdialna.com/pdf/webdialna_vague3.pdf).

